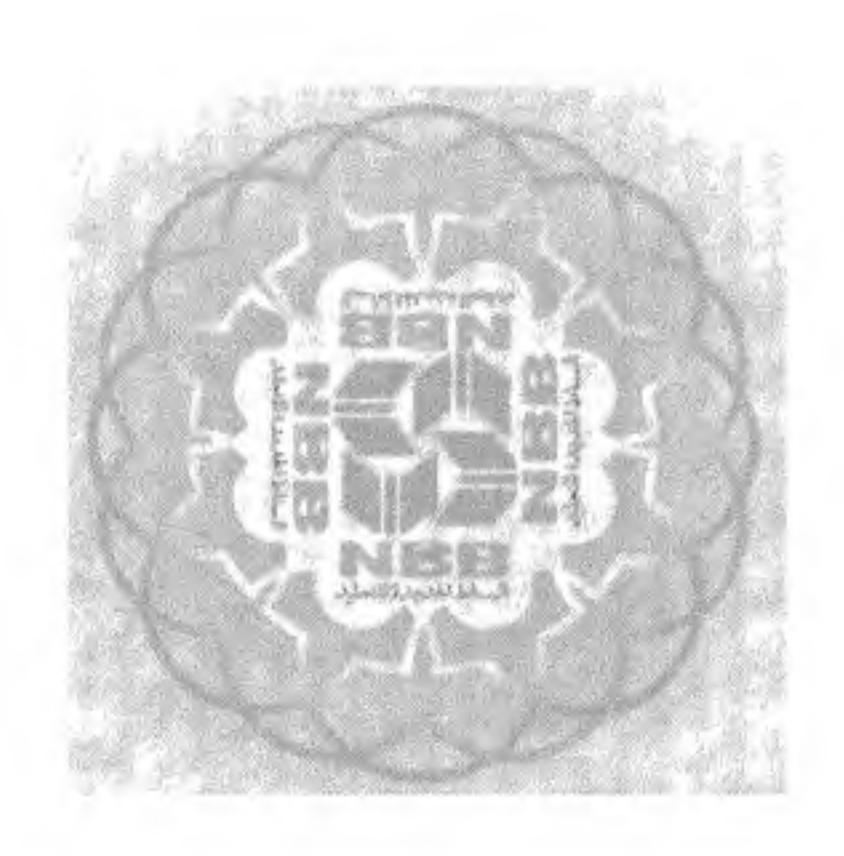
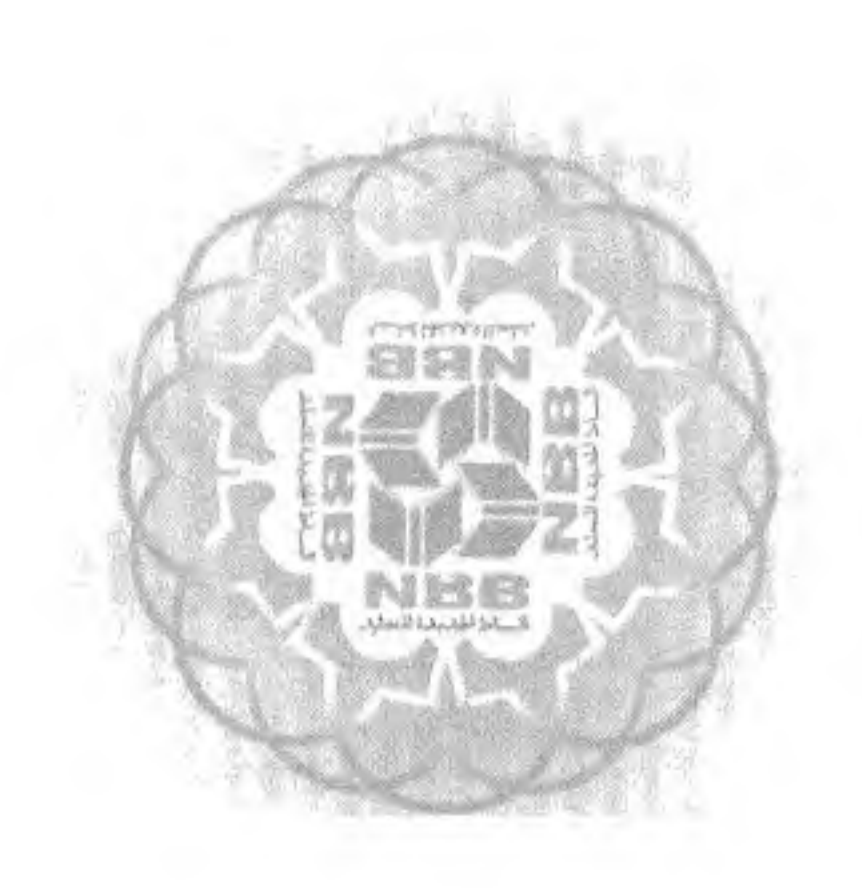
أيديولوجيا
الكتابة الصحفية

الدكتور
مشعل سلطان عبد الجبار






NBB

أيديولوجيا الكتابة الصحفية

تأليف

د. مشعل سلطان عبد الجبار

دار أسامة للنشر والتوزيع

الأردن - عمان

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن - عمان

- هاتف: ٥٦٥٨٢٥٢ - ٥٦٥٨٢٥٣
- فاكس: ٥٦٥٨٢٥٤
- العنوان: العبدلي- مقابل البنك العربي

ص. ب: ١٤١٧٨١

Email: darosama@orange.jo
www.darosama.net

الطبعة الأولى

٢٠١٢م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(٢٠١١/٩/٣٤٣٣)

٠٧٠ الجبار، مشعل سلطان عبد

أيديولوجيا الكتابة الصحفية/مشعل سلطان عبد الجبار- عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١.

( ) ص.

ر.أ :(٢٠١١/٩/٣٤٣٣).

الواصفات: التحرير (الكتابة)//الصحافة//

ISBN: 978-9957-22-393-9

الفهرس

الفصل الثالث

الفصل الرابع

الفصل الخامس

الفصل السادس

الفصل السابع

الفصل التاسع

الفصل العاشر

المقدمة:

تعتبر الكتابة الصحفية علماً وفناً في آن واحد، فهي علم يدرس القواعد والأسس التي تنظم عملية الكتابة وصياغة الأخبار وتقديمها للقراء، وهو فن لأنه يُظهر إبداع المحرر ومدى توفيقه في إيصال المعلومة للقارئ بشكل جذاب، نتيجة لما يقدمه له هذا العلم من قواعد وأسس وتوجيهات ومبادئ، تساعده وتوجهه في عمله.

ومع تطور وسائل الاتصال وتنوعها، ازدادت أهمية الكتابة الصحفية، وخصوصاً في مجتمعاتنا العربية، التي تعاني من مشاكل كثيرة على كافة المستويات والصعد، ومن نقص كبير في عدد القراء الذين يسعون وراء المعلومة، مما يحتم على المحرر الصحفي العمل على تقديم المعلومة الموثقة، التي تشد القراء إليها، والتي تزودهم بالمعرفة الصحيحة، وتساهم في توعيتهم وتنبيههم إلى ما يدور حولهم من أحداث، وتحثهم على التفاعل والاهتمام بقضاياهم وقضايا أمتهم، وهنا تظهر حرفية ومصداقية المحرر الصحفي الذي تقع عليه مسؤولية تقديم الخبر الملفت الصادق، والذي يضع نصب عينيه أنه صاحب رسالة سامية، هدفها العمل على إنهاض الأمة، والمساهمة الفاعلة في إصلاحها وتقدمها.

وإذا أردنا تحديد مفهوم الكتابة الصحفية وتعريفها، فيمكن لنا وصفها بأنها: علم وفن تحويل الأحداث والأفكار والخبرات والقضايا الإنسانية، ومظاهر الكون والحياة إلى مادة صحفية يمكن فهمها عند مختلف فئات المتلقين، سواء المثقفين منهم، أو غيرهم من الفئات الأخرى ذات الثقافة المتوسطة أو المتدنية، وهو يستند إلى النظرية العامة للصحافة، ونظرية الأنواع الصحفية، التي تحدد الأنواع الصحفية ومجالات استخدامها، والمهمات والوظائف القادرة على إنجازها، والمراحل التي تمر بها عملية إبداعها، ويعتبر التحرير الصحفي انعكاساً لإمكانات الصحفي الفكرية والثقافية والمهنية.

والأنواع الصحفية هي أشكال أو قوالب يستخدمها الصحفي في عمله، مثل: الخبر الصحفي، التقرير الصحفي، التحقيق الصحفي، الحديث الصحفي،

المقال الصحفي، الحملة الصحفية، بالإضافة إلى أنواع أخرى كالعمود الصحفي الذي يقوم بكتابته شخصية صحفية مشهورة، ويقدم فيه الكاتب رؤيته للحوادث والوقائع والآفكار.

والباحث في هذا المجال سيجد تعريفات كثيرة ومختلفة لكل نوع من هذه الأنواع الصحفية، يختلف باختلاف الإيديولوجيات والسياسات والمدارس الصحفية التي تختلف في تحديدها لوظائف الصحافة، فبعضها يعتبر أن وظيفة الصحافة تتمثل بالإعلام والتثقيف والترفيه والتسلية، بينما يرى آخرون أن وظيفتها هي التحريض والدعاية والتنظيم، وعند آخرين فإن وظيفتها هي التعبئة والتنشئة والتجنيد والإسهام في التنمية، ومع اختلاف هذه النظريات يختلف تعريف الأنواع الصحفية بين مدرسة وأخرى.

ولكن هذه الأنواع تعكس الواقع بشكل مباشر، وبطريقة واضحة سهلة، غايتها تقديم وصف وتحليل وتفسير للأحداث والظواهر والتطورات في مختلف مجالات الحياة بأسلوب متفاوت في عمقه وشموليته، والهدف هو إيصال رسالة إلى القارئ، بقصد إمداده بالمعرفة، والمساهمة في تكوين أفكاره، وتوجيه سلوكه نحو الأفضل، وهي تتصف بالاستمرارية، وتقوم بتقديم واقع انتقائي، بمعنى أنها تقوم بعملية انتقاء واختيار للأحداث والتطورات والوقائع على حسب درجة أهميتها وسياقها الاجتماعي، والمتلقي الذي تسعى للوصول إليه.

الفصل الأول

الصحافة

الصحافة، بكسر الصاد، من صحيفة، وجمعها: صحائف أو صحف، والصحيفة هي الصفحة، وصحيفة الوجه، أو صفحة الوجه، هي بشرة جلده، والصحف وصحائف هي الكتاب، بمعنى الرسالة، وفي القرآن الكريم: ﴿هَٰذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَىٰ ۞ صُحُفِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَىٰ﴾ (الأعلى/ ١٨- ١٩)، والصحف، هنا، بمعنى الكتب المنزلة.

والصحيفة، أو الصفحة، هي القرطاس المكتوب، أو ورقة الكتاب بوجهيها، وورقة الجريدة بها وجهان، أي صفحتان، أو صحيفتان، فسميت صحيفة، ومنها جاءت كلمة: صحافة، والمزاول لها يسمى صحفياً بكسر الصاد، أو صُحفياً، بضم، أو فتح الصاد.

في القاموس المحيط: (الصحيفة: الكتاب، وجمعها: صحائف وصحف) وهي في المعاجم الحديثة كالمنجد والوسيط: مهنة من يجمع الأخبار والآراء، وينشرها في صحيفة أو مجلة، والصحيفة: إضمامة من الصفحات تصدر يومياً أو في مواعيد منتظمة بأخبار السياسة والاجتماع والاقتصاد والثقافة، وما يتصل بذلك.

(المجلة صحيفة في الحكمة) لسان العرب.

تسمى الصحافة في الإنجليزية journalism من الأصل journal أحد مشتقات كلمة jour الفرنسية، أي يوم، وكلمة journal في الفرنسية تعني، في الأساس، يومي، من يوم، أما الجريدة فتسمى، بالفرنسية، journale أي يومية، وبالإنجليزية newspaper وهي كلمة، من الكلمات الإنجليزية المركبة، من news أي أخبار، وpaper أي ورق، ومعناها مجردة "ورق الأخبار".

وتُعرف الصحافة، بكسر الصاد، بأنها مهنة من يجمع الأخبار، والآراء، وينشرها في صحيفة أو مجلة، والصحيفة هي مجموعة صفحات، تصدر يومياً، أو في مواعيد منتظمة، وتتضمن أخبار السياسة، والاقتصاد، والاجتماع، والثقافة، وما يتصل بها.

تستخدم كلمة press الإنجليزية، بمعنى صحافة، وتعني شيئاً مرتبطاً بالطبع، والنشر، والأخبار والمعلومات، وكذلك journalism بمعنى صحافة، وjournalist بمعنى صحفي، ومنها اشتق المصحف (بضم الميم أو كسرها)، بمعنى الكتاب، الذي جمعت فيه الصحف، أي الأوراق والرسائل.

المفهوم الاصطلاحي للصحافة:

الصحافة هي جمع الأخبار ونشرها، ونشر المواد المتصلة بها، في مطبوعات، مثل الجرائد، المجلات، الرسائل الإخبارية، المطويات، الكتب، وقواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الإليكترونية، أما الاستعمال الشائع للصحافة فينحصر في إعداد الجرائد، وبعض المجلات، وإن كان يمكن أن يتسع ليشمل باقي صور النشر الأخرى.

والصحافة، كذلك، هي صناعة الصحفي، والصحافيون هم القوم الذين ينتسبون إليها، ويعملون بها، أول من استعمل لفظ الصحافة، بمعناها الحالي، كان الشيخ نجيب الحداد، منشئ جريدة "لسان العرب"، في الإسكندرية، وحفيد الشيخ ناصيف اليازجي، وإليه يرجع الفضل في هذا المصطلح "صحافة"، ثم قلده سائر الصحفيين، بعد ذلك.

استخدم العرب والأوروبيون عديداً من المصطلحات لوصف الصحافة، بأشكالها المختلفة، فعند دخول الصحافة، لأول مرة، في مطلع القرن التاسع عشر، كان يُطلق عليها لفظة "الوقائع"، ومنها جريدة الوقائع المصرية، كما سمّاها رفاعة الطهطاوي، وسميت كذلك "غازته"، نسبة إلى قطعة من النقود، كانت تباع بها الصحيفة، كما أطلق عليها الجورنال.

وقد أطلق العرب لفظ الغازته على الصحف، في أوائل عهدها، تقليداً للأوروبيين، حيث يقال إن أول صحيفة، ظهرت في البندقية، عام ١٦٥٦، كانت تسمى غازته، فشملت هذه التسمية، فيما بعد، كل الصحف، بلا استثناء.

وعندما أنشأ خليل الخوري، عام ١٨٥٨، جريدة "حديقة الأخبار" في بيروت أطلق عليها اللفظ الفرنسي "جورنال"، وكان الكونت رشيد الدحداح اللبناني، صاحب جريدة "برجيس باريس"، الباريسية، هو أول من اختار لفظ "صحيفة"، وجرى مجراه أكثر أرباب الصحف، في ذلك العهد، وبعده، فما كان من أحمد فارس الشدياق اللبناني، صاحب "الجوائب" في القسطنطينية، وهو الذي ناظر الكونت رشيد الدحداح، في بعض المسائل اللغوية، إلا أن عقد العزم على استعمال لفظ "جريدة" (وهي الصحف المكتوبة كما وردت في معاجم اللغة) ومن ذاك الوقت شاع لفظ الجريدة، لدى جميع الصحفيين، بمعناها العصري.

وقد استعمل بعضهم، كالقس لويس صابونجي، صاحب "النحلة"، لفظة "النشرة"، بمعنى الجريدة، أو المجلة، وهكذا صنع المراسلون الأمريكيون، أصحاب "النشرة الشهرية"، و"النشرة الأسبوعية"، في بيروت وغيرهم.

ومن المسميات، التي أُطلقت على الصحافة، "الورقة الخبرية" و"الرسالة الخبرية" وقد استعملتها جريدة المبشر، وأكثر الصحف العربية، في الجزائر ومنها كذلك "أوراق الحوادث"، وهو الاسم الذي أطلقه، للدلالة على صحف الأخبار، نجيب نادر صويا، منشئ مجلة "كوكب العلم"، في القسطنطينية.

وهناك، كذلك، اسم "المجلة" وأول من استعمله، في الوطن العربي، كان الشيخ إبراهيم اليازجي، عندما أصدر مجلة "الطبيب" عام ١٨٨٤، ولفظة المجلة أصلها الفعل "جل"، أي علا وسما مقاماً، أو وضح وظهر، ومن ثم فإن اسم المجلة يعني إيضاح الحقائق.

وقد اندثرت المسميات السابقة كلها، ولم يبق منها سوى: الجريدة Newspaper والمجلة Magazine.

أولاً- الجريدة Newspaper:

هي وسيلة اتصال مطبوعة، تصدر بشكل دوري، اشترط لها الباحث الألماني، اوتوجروت، عام ١٩٣٨، خمسة معايير أساسية، تميزها عن غيرها، من وسائل الاتصال، وهي:

١- أن تُنشر بشكل دوري، لا يتجاوز أسبوعاً.

٢- أن تُطبع بآلات الطباعة.

٣- أن أي شخص، يستطيع دفع سعر هذه المطبوعة، ينبغي أن يكون له حق الحصول عليها، أي أنها متاحة لكل شخص وليس فقط لنخبة مختارة أو مؤسسة أو منظمة ما.

٤- إن محتواها ينبغي أن يتنوع، ويشمل كل ما يهم الجماهير، بكافة طوائفها.

٥- أن تعالج قضايا معاصرة لوقت صدورها، مع شيء من الاستمرارية.

ويحدد مؤرخ الصحافة الأمريكي المعروف، ادوين ايمري، سبعة معايير، أو سمات، للجريدة هي:

- أن تنشر أسبوعياً على الأقل.
- أن تطبع بآلات الطباعة.
- أن تكون متاحة لجميع طوائف المجتمع وفئاته.
- أن تنشر الأخبار ذات الاهتمام العام في المجالات ذات الموضوعات المتخصصة.
- أن يستطيع قراءتها كل من تلقى تعليماً عادياً.
- أن ترتبط بوقتها.
- أن تكون مستقرة، عبر الوقت.

وتشمل الجرائد، كلاً من: الجريدة اليومية، التي تصدر أربع مرات، أسبوعياً، على الأقل، وغير اليومية، التي تصدر أقل من أربع مرات، أسبوعياً.

ثانياً- **المجلة Magazine:**

تعود كلمة مجلة Magazine إلى الكلمة الفرنسية Magazin المأخوذة عن كلمة "مخزن" العربية، وقد استعمل هذا المصطلح، تاريخياً، لأول مرة، عام ١٧٣١، ليصف الصحيفة التي لها شكل الجريدة، متنوعة المحتوى، وذلك لأن الجريدة مخصصة، بشكل محدد، للأخبار والأخبار السريعة والمحلية، بينما تقدم المجلات قصصاً، ومقالات، ودراسات جادة، ومواد أخرى للتسلية.

ولعل أكثر التعريفات قبولاً، هو تعريف فرانك لوثرموت، للمجلة بأنها: "مطبوع مغلف، يصدر بشكل دوري، طويل أو قصير، ويحتوي على مادة مقروءة متنوعة".

وهناك عدة مصطلحات تستعمل جميعها، في وصف المجلة، وهي كما يلي:

١- المطبوع Publication:

أي مجموعة من أوراق صادرة عن مطبعة تعد مطبوعاً، مثل: الجرائد، والكتيبات والكتب، والنشرات، والمطبوعات، والبطاقات، والجداول، والملصقات، وبعض هذه المواد المطبوعة تصدر، بشكل دوري منتظم.

٢- الدورية Periodical:

وتعني أي مطبوع، يصدر بصفة دورية، وقد استعمل هذه المصطلح، في البداية، للإشارة إلى عمل يكتبه مؤلف واحد، على الرغم من طبعه، في أجزاء متكررة، على فترات، وقد اعتاد كبار الكتاب، في بريطانيا أن ينشروا رواياتهم، بهذا الشكل، فكثير من روايات تشارلز ديكنز نشرت دورية، مثل "ديفيد كوبر فيلد"، و"الأوقات الصعبة"، وهناك روايات أخرى ظهرت، في سلاسل شهرية.

وعلى الرغم من أن كل المجلات دوريات، لأنها تصدر بشكل دوري، فإن كل الدوريات ليست، بالضرورة، مجلات وروايات، كما استعمل مصطلح "دورية" ليشير إلى نمط، من مقالات الجرائد، يتميز عن مقالات المجلة العامة، ومع نهاية القرن التاسع عشر، استعمل ليعبر عن كل مطبوع، يصدر بانتظام، عدا الجرائد.

ويرى هاشم عبده هاشم أن مصطلح "دورية" يشمل الصحف والإصدارات، بمختلف أغراضها، وأشكالها وفترات ترددها، ويرى أن الدورية تنقسم إلى ثلاث فئات أساسية هي:

أولها: فئة الدوريات الصادرة عن الجامعات، ودوريات تتناول موضوعات عامة، ودوريات تصدرها جهات أخرى، ولكنها لا تخضع للمعايير العلمية، بحكم الوظائف التي تؤديها.

وثانيها: فئة دوريات العمل، التي تصدر، بنوعيها الخارجي والداخلي، عن الوزارات، والمصالح الحكومية، أو المؤسسات شبه الحكومية.

وثالثها: فئة الدوريات التجارية وهي دوريات المؤسسات الصحفية، ودوريات تصدرها هيئات ومؤسسات عامة، ويصدرها أفراد.

٣- الجورنال **Journal**:

كلمة Journal فرنسية تعني "كتاب يومي"، وتعني بالإنجليزية Daily Book ويعادلها كلمة Diurnals اللاتينية، وهي مشتقة من كلمة Jour الفرنسية (يوم) وكلمة Durnali (يومي)، وقد تطورت واستعملت في أوروبا، خاصة في إنكلترا وفرنسا في القرن الثامن عشر، للتعبير عن الجريدة اليومية، والآن تطلق كلمة Journal على ذلك النمط الجاد جداً، من المجلات، الذي تصدره جماعات الأطباء، والعلماء، والمهندسين، والكيميائيين، على سبيل المثال، والغريب أن هذا المصطلح، الذي كان، في الماضي، يعبر عن الجريدة اليومية، أصبح الآن يعبر عن معظم المجلات، التي يصدر الكثير منها، بشكل ربع شهري، أو نصف سنوي، أو سنوي.

وعلى الرغم من ذلك، فليس كل هذه المجلات "Journals" لها الطابع الجاد المتخصص، فهناك أنماط من مجلات ذات مضمون أخف مثل Ladies Home Journal, Woman journal، وهناك نمط ثالث يقع بين هذين النمطين، تصدره جماعات مهنية، أو منظمات مثل British Legion Journal.

٤- الاستعراض، أو المتابعة، أو المعاينة **Review**:

استعمل مصطلح Review لسنوات عديدة، ومازال يطلق، حتى الآن، على المجلة، التي تحتوي على مواد أدبية، ومقالات نقدية، وتعليق على الأحداث الجارية، ويستعمل هذا المصطلح، الآن، في مجال الصحافة ليشير إلى: الوصف النقدي لكتاب جديد، أو مسرحية، أو فيلم، أو تسجيل، أو برنامج إذاعي، أو تلفزيوني.

وبعض المجلات تسمي نفسها Reviews أو يشار إليها بأنها Reviews وهي، في غالبيتها، مجلات تتعامل مع أحداث إخبارية جارية ووقائع حديثة في عالم

الغناء والموسيقى والكتب، أي أنها تعيد النظر Review فيما حدث أو تستعرضه، وخاصة ما سبق نشره في الجرائد.

٥- الكتاب **The Book**:

كثيراً ما تسمى المجلات كتباً، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية ولعل سبب ذلك تشابهها مع الكتاب، في أنها لا تصدر بهدف معالجة وقائع وقتية، والكتاب، وفقاً لما أورده قاموس أكسفورد، هو مجموعة من الأوراق المطبوعة، مثبتة، وموضوعة في غلاف، ولعل وصف المجلات بهذا المصطلح ليس دقيقاً.

٦- الجازيت **Gazette**:

كلمة تعود إلى Gazette الإيطالية، وهي اسم عملة (من البندقية بإيطاليا) كانت تدفع ثمناً لأول ورقة خبرية هناك، ثم أطلقت على الجرائد، ومازال هناك عدد، من الجرائد المحلية، الخاصة، والرسمية والمجلات تستعمل هذا الاسم، وهي تتناول موضوعات تهم الناس، بشكل عام.

٧- الأداة **Organ**:

كلمة تستعمل لتصف مجلة حزب سياسي، نقابة مهنية، رابطة أو اتحاد أو أي منظمة، من هذا النوع، ومثل هذه المجلات توظف لنشر الأخبار الرسمية، لتلك المنظمات، التي تصدرها، أي أنها "أدوات" يستخدمها أصحابها، وهذا ما تعنيه الكلمة اللاتينية **Organum** أي أداة.

٨- **تعريفات أخرى للصحافة:**

فمنهم من يعرفها بأنها جميع الطرق، التي تصل، بواسطتها، الأنباء والتعليقات عليها إلى الجمهور، وكل ما يجري في العالم ويهم الجمهور وكل فكر وعمل روائي تثيره تلك المجريات، يكون المادة الأساسية للصحف.

أي أن الصحافة تعني، بهذا المفهوم، فن تسجيل الوقائع اليومية، بدقة وانتظام وذوق سليم، مع الاستجابة لرغبات الرأي العام وتوجيهه، والاهتمام بالجماعات البشرية وتناقل أخبارها ووصف نشاطها، ثم تسليتها، وشغل أوقات فراغها، ومن ثم فالصحافة هي مرآة تعكس صورة الجماعة وأداءها وخواطرها.

ويعرف محمود عزمي، أحد أعلام الصحافة المصرية في القرن العشرين، الصحافة بقوله إنها وظيفة اجتماعية مهمتها توجيه الرأي العام، عن طريق نشر المعلومات، والأفكار الجيدة الناضجة، مفعمة ومنسابة إلى مشاعر القراء، خلال صحف دورية[1].

ويرى ويكهام ستيد، أحد أعلام الصحافة الإنجليزية، إن الصحافة ليست حرفة، كسائر الحرف، بل هي أكثر من مهنة، وهي ليست صناعة، بل طبيعة من طبائع الموهبة، والصحافيون خدم عموميون، غير رسميين، هدفهم الأول العمل على رقي المجتمع.

ويصف الرئيس الأمريكي جيفرسون الصحافة بأنها أداة لتنوير عقل الإنسان، ولتقدمه ككائن عاقل أخلاقي واجتماعي، ويقول ادولف. س. اوكس، ناشر جريدة نيوورك تايمز، إن الصحافة مهنة لا تستميلها الصداقات، ولا يرهبها الأعداء، وهي لا تطلب معروفاً، ولا تقبل امتناناً، إنها مهنة تتغاضى عن العاطفة والتحيز والتعصب إلى أبعد الحدود، فهي مكرسة للصالح العام ولفضح الألاعيب والانحرافات والقصور في الشؤون العامة، وتتعامل بروح العدل والإنصاف مع أصحاب الآراء المعارضة، مهنة شعارها "ليكن هناك نور".

ويرى الكثير، من خبراء الإعلام، أن الإعلام والصحافة شيء واحد، وفي رأيهم، لا تقتصر كلمة صحافة على المواد المطبوعة، وإنما تشمل كافة وسائل وأجهزة الإعلام، ويقسمون الصحافة إلى: الصحافة المطبوعة، ويقصدون بها الصحف المطبوعة، والصحافة المسموعة، أي الإذاعة، والصحافة المرئية أي التلفزيون، أي كافة أجهزة الإعلام التي تستخدم الصورة بجانب الصوت، والكلمة المقروءة أو المنطوقة، بينما يرى آخرون أن الصحافة هي إحدى أجهزة الإعلام والاتصال الرئيسية، وأقواها أثراً، وأبقاها تأثيراً.

---

(١) د. أديب خضور: مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، ط٢، دمشق ٢٠٠٠م.

وتصف موسوعة انكارتا، التي تصدر على شبكة الإنترنت، الصحافة بأنها جمع وتقييم ونشر الحقائق، عن الأحداث الجارية، وترى أن الصحافة الأصلية تتضمن فقط المواد المطبوعة، مثل الجرائد، والدوريات، ولكنها، في القرن العشرين، تتضمن وسائل أخرى، مثل الراديو، والتلفزيون وخدمات شبكات الحاسبات الإلكترونية.

ويرى فاروق أبو زيد أن الصحافة كلمة تستخدم للدلالة على أربعة معان:

المعنى الأول: الصحافة بمعنى الحرفة، أو المهنة، ولها جانبان: جانب يتصل بالصناعة والتجارة، من خلال عمليات الطباعة، والتطوير والتوزيع والتسويق والإدارة والإعلان، وجانب يتصل بالشخص الذي اختار مهنة الصحافة، فمنها اشتقت كلمة صحفي، أي الشخص الذي يحصل على الأخبار، ويجري الأحاديث والتحقيقات الصحفية وكتابة المقال والتعليق الصحفي وكافة الفنون الصحفية الأخرى.

المعنى الثاني: الصحافة بمعنى المادة، التي تنشرها الصحيفة، كالأخبار، والأحاديث والتحقيقات الصحفية والمقالات وغيرها من المواد الصحفية، وهي بهذا المعنى، تتصل بالفن وبالعلم، فهناك فنون التحرير الصحفي على اختلاف أنواعها من فن الخبر إلى فن الحديث إلى فن التحقيق إلى فن المقال إلى فن العمود، وهناك كذلك فنون الإخراج الصحفي وهي كذلك متنوعة.

وقد تطورت الفنون الصحفية، وصار علماً، له قواعد وقوانين، ومن ثم فالصحافة تتصل بالفن كذلك، من حيث أن الموهبة شرط لازم للصحفي، الذي يقدم للصحيفة، خبراً أو حديثاً أو تحقيقاً أو مقالاً، فالصحافة إذاً حرفة وفن وصناعة، وهي كل ذلك في آن واحد، وبنسب مختلفة، حسب استعداد المحررين وميلهم، وكذلك حسب الظروف التي يعملون فيها.

المعنى الثالث: الصحافة بمعنى، الشكل الذي تصدر فيه، فالصحف دوريات مطبوعة تصدر، من عدة نسخ، وتظهر بشكل منتظم وفي مواعيد ثابتة متقاربة أو متباعدة.

المعنى الرابع: الصحافة بمعنى الوظيفة، التي تؤديها في المجتمع الحديث، أي كونها رسالة تستهدف خدمة المجتمع والإنسان، الذي يعيش فيه، وهي بهذا المعنى تتصل بطبيعة الواقع الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع، الذي تصدر فيه الصحيفة ونوعية النظام السياسي والاجتماعي القائم ثم بالأيديولوجية التي يؤمن بها هذا المجتمع، وهو الأمر الذي أنتج المدارس الصحفية المتباينة.

أهمية الصحافة:

يقول المستشرق الإنجليزي (جب) حين يستعرض أنجح الوسائل لتغريب المسلمين: "للوصول إلى هذا التطور الأبعد.. الذي تصبح الأشكال الخارجية بدونه مجرد مظاهر سطحية يجب ألا ينحصر تخطيطنا في الاعتماد على التعليم في المدارس، بل يجب أن يكون الاهتمام الأكبر منصرفاً إلى خلق رأي عام، والسبيل إلى ذلك هو الاعتماد على الصحافة، إن النشاط التعليمي والثقافي عن طريق المدارس العصرية والصحافة قد ترك في المسلمين- ومن غير وعي منهم- أثراً جعلهم يبدون في مظهرهم العام لا دينيين إلى حد بعيد"[(1)].

"إن الصحافة من الحقول ذات الأهمية البالغة في حياة المجتمع، ومن الخطورة بمكان أن تقدم للجمهور زاداً مغشوشاً أو يفتقر إلى الجودة، مثلما تكمن الخطورة في تقديم الزاد الغذائي المغشوش".

وظائف الصحافة:

يصعب تحديد الخدمة أو مجموع الخدمات التي تقدمها الصحيفة إلى الجمهور، ويزيد من صعوبة تحديدها، تنوعها وتنوع قرائها وتشابك محتواها.

وقد تجاوزت الصحافة، كغيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية، في أيامنا هذه- بما أتيح لها من إمكانيات تقنية متطورة وبما اكتسبته من أهمية في حياة الناس- ما تعارف عليه باحثو الاتصال من وظائف تقليدية لتلك الوسائل فقد حدد

(1) الاتجاهات الوطنية في الأدب المعاصر للدكتور محمد محمد حسين، ص217

"لا سويل"، في أواخر الأربعينات، من القرن العشرين ثلاث وظائف للإعلام هي: مراقبة البيئة المحيطة، والعمل على ترابط أجزاء المجتمع ووحدته في مواجهة البيئة، والاهتمام بنقل التراث الثقافي عبر الأجيال المختلفة.

توالت على تلك الوظائف، الإضافات اللاحقة، التي أسهم بها باحثون آخرون، مثل رايت، الذي أضاف وظيفة التسلية، أو الترفيه، ومثل ديفيتو، الذي أورد وظائف أخرى، كالدعم والمساندة والتعليم، ومثل شرام، الذي رأى أن الوسيلة الإعلامية، يمكن اعتبارها مروجاً للسلع والخدمات التجارية بيننا كأفراد، مشيراً بذلك إلى الوظيفة الإعلانية.

ويؤكد هذا التطور المتواصل لوظائف الإعلام في المجتمعات الحديثة أن الوسيلة الإعلامية غدت اليوم "مؤسسة اجتماعية تمارس دوراً كاملاً في حياة أفراد المجتمع مثل بقية المؤسسات الاجتماعية الأخرى" إذ تؤدي وظائف تربوية وتعليمية من شأنها أن تقلل من حدة الفوارق الثقافية، بين فئات المجتمع المختلفة، وأن تحدث تجانساً فكرياً من خلال ما تقدمه من مواد إخبارية وغير إخبارية.

يرى البعض أن من الوظائف الحيوية للصحافة أن تحارب الجمود الفكري، الذي هو إحدى سمات النظم غير الديمقراطية التي تفرض سلطانها وأسلوب تفكيرها على أفرادها بحجة توحيد الصفوف، الأمر الذي يتنافى مع طبيعة تطور المجتمعات.

فمن واجب الصحافة أن تحدث وئاماً، أو تقارباً فكرياً اجتماعياً، من خلال ما تقدمه من ثقافة ومعلومات وأخبار على جميع المستويات الاجتماعية، حتى لا تتصف بالتحيز لفئة على حساب الأخرى، وحتى يمكنها الالتزام بالموضوعية.

❖ الصحافة ووظيفة الاستطلاع، أو مراقبة البيئة:

هي أهم وظائف وسائل الإعلام والصحافة بما تملكه من شبكات واسعة في جميع أنحاء العالم من مراسلي الصحف والتلفزيون والإذاعة.

ويقسم البعض وظيفة الاستطلاع أو مراقبة البيئة إلى نوعين رئيسيين، هما:

الأول: الاستطلاع التحذيري، ويتمثل في اضطلاع وسائل الإعلام بالإبلاغ عن المخاطر المقبلة مثل الهجوم العسكري والكساد الاقتصادي وزيادة التضخم.

والثاني: هو الاستطلاع الأدائي أو الخدمي، أي نقل المعلومات التي يستفيد منها الأفراد في حياتهم اليومية.

وجدير بالذكر أن سرعة نقل المعلومة قد صاحبها بعض السلبيات مثل: عدم الدقة أو تشويه الحدث أو محاولة توجيه الرأي العام وجهة ما.

❖ **الوظيفة الإخبارية للصحافة:**

ينتج عن عملية الاستطلاع ومراقبة البيئة التي تقوم بها وسائل الإعلام، وعلى رأسها الصحافة، تحقيق الوظيفة الإخبارية، التي تختص بإمداد القراء بالأخبار، التي يشترط أن تكون إخبارية صرفة، لا يجوز التحريف فيها أو التغيير، وذلك يستلزم احترام قدسية الخبر. أمًّا في حالة التعليق على الأخبار، فيمكن للصحيفة معالجتها بطرق مختلفة، تتفق مع الفئات المختلفة لجمهور الصحيفة، ومهمة التعليق الأولى، هي توضيح نقاط الخبر الغامضة.

وتشترط الوظيفة الإخبارية توافر ثلاثة عناصر:

١- التكامل:

أي تتبع الخبر من نشأته حتى نهايته، والبحث عن العناصر المكملة له، سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.

٢- الموضوعية:

هي أهم مبادئ تحرير الخبر في المجتمعات الديمقراطية، إلا أن الموضوعية الكاملة حالة مثالية، لا يمكن تحقيقها، ومهما حاول الصحفي الوصول إليها، فسوف تظهر بعض العناصر والاتجاهات الفردية، وعلى الرغم من ذلك فإن الالتزام بالموضوعية هو الركن الأساسي لكل عمل صحفي، ولتحقيق هذا المبدأ، لا بد من البحث والتحقق من صحة الخبر وأركانه، وهنا لابد من التفرقة، بين عدم كفاية الموضوعية، لأسباب خارجة عن الإرادة، وبين التحريف المتعمد للخبر.

٣- الوضوح:

المقصود هو الوضوح في العرض، الذي يؤدي إلى فهم المحتوى، من جانب المختصين، وعامة الشعب على السواء، مع تجنب خطر التبسيط، الذي قد يؤدي إلى التحريف، ومن ثم عدم فهم المشكلة كما ينبغي، والحذر من المبالغة في التبسيط، لأن ذلك يؤدي إلى شعور بعض الفئات بالاستهانة بذكائهم.

وجد صالح أبو إصبع وتوفيق يعقوب، في دراستهما، حول قراءة الصحف، في دولة الإمارات العربية المتحدة التي أجريت في مارس ١٩٨٤، على عينة عشوائية من قراء الصحف العربية، من مواطنين ووافدين عرب، تتكون من ١١٩ مبحوثاً، بعد استبعاد استمارات الذين لا يقرأون الصحف، أن الصحيفة هي الوسيلة المفضلة لمتابعة الأخبار، لدى ٥٩,٥٪ من أفراد العينة، يليها يفضله ٣٢,٥٪، فالراديو ٨٠٪ وأهم الصحف المحلية المفضلة هي: الخليج ٤٨٪، الاتحاد ٤٨٪، والبيان ١٥٪، ويطالع ٧٧٪ من المبحوثين صحيفتهم يومياً، و٤٨٪ يقرأونها، بعد العمل، ويحتفظ ٦٠٪ من المبحوثين بالصحيفة أو بجزء منها، بعد الانتهاء من قراءتها.

وتبين من دراسة ميدانية، حول الصحافة اللبنانية، أن نسبة قراء الصحف في لبنان هي ٢ إلى ٣، ويبلغ المتوسط العام لقراءة الصحف في بيروت ٨٥٪ مقابل أدنى معدل، في المنطقة الجنوبية، حيث لا تتجاوز نسبة اللبنانيين، الذين يقرأون الصحف ٦١٪، ويقرأ الصحف العربية ٨٠٪، منهم ١٤٪ يقرأون الصحف الصادرة باللغة الفرنسية، في البقاع ٣٪، ويطالع ٤١٪ من اللبنانيين الصحف- حتى الصباحية منها- عند المساء، ويختار ٣٠٪ من اللبنانيين، جريدتهم على أسس موضوعية، و٢٧٪، تحت تأثير التعود، و١٤,٥٪ لميول الجريدة السياسية، وتشكل الجريدة وسيلة أولى للإعلام، بالنسبة لنصف اللبنانيين، وتبلغ هذه النسبة أعلاها في بيروت ٨٢٪، في صفوف الجامعيين، وتبين أن ٦٥,٥٪ من اللبنانيين، يناقشون القضايا الأساسية الواردة في الجريدة، وتتبنى النسبة الباقية وجهة نظر الجريدة.

وتبين من دراسة ميدانية، أجراها اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، على خمسة آلاف ممن بلغوا ١٦ سنة فأكثر، في جميع عواصم محافظات مصر عدا

محافظة الوادي الجديد، أن أكثر من أربعة أخماس مجموعة الدارسين المتعلمين، (٢,٨٪ من حجم العينة) يقرأون الصحف بانتظام، مقابل ١٢,١٪، يقرأونها أحياناً، ولا يختلف الذكور والإناث، في الإقبال على قراءة الصحف بانتظام، وأهم الأبواب والموضوعات، التي يهتمون بها هي: الحوادث (٦٤,٥٪)، والأخبار السياسية (٦٢,٤٪)، والرياضة (٤٨,٥٪) والكاريكاتير(٣٧,٥٪)، والقصص (١٩,١٪)، وما يتصل بمهنهم المبحوث (٧,٣٪)، كما قرروا أن أهم مصادر الحصول على الأنباء، هي التلفزيون (٧٢,٧٪)، فالإذاعة (٤١,٥٪) فالصحف (٢٩,٥٪) ومصادر أخرى (١٠,٨٪)، وجاءت الصحف، في المرتبة الأولى عند قادة الرأي (٨٩٪) يليها التلفزيون ٨٦٪، والإذاعة (٨١٪)، ومصادر أخرى (٨٪).

ولكن قدرة الصحافة المطبوعة، على أن تكون المصدر الأول للمعلومات، بدأت في السنوات الأخيرة، تتراجع أمام قوة التلفزيون، ففي دراسة قريبة، على عينة من طلاب المدارس، حول الرسائل الإعلامية، التي تستخدم للتوعية المرورية، من خلال وسائل الإعلام في المملكة العربية السعودية كانت النتائج أن: ٦,٦٪ من العينة قرأت الرسائل محل الدراسة في الصحف، و٤,٤٪ من العينة سمعت الرسائل المذاعة بالراديو، بينما ٦٣٪ من العينة رأت الرسائل متلفزة.

وفي بحث أجري في لبنان حول الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون على الشباب، تبين أن ٧٥٪ يشاهدون التلفزيون بانتظام، وأن ٦١٪، منهم يفضلونه على القراءة، وفي الكويت أجري بحث على ٢٠٥٦ شاباً، بهدف التعرف على اتجاهات الشباب نحو القراءة، مقارنة بمشاهدة التلفزيون، تبين أن التلفزيون صرف ٦٢٪ منهم عن القراءة، في حين لم تصرف الإذاعة إلا ٢٤٪ فقط.

❖ الصحافة ومهمة الخدمات العامة:

من بين الوظائف التي تقدمها الصحافة الآن، مهمة الخدمات العامة، أي تزويد القارئ بأخبار صحفية، وموضوعات تخدمه في حياته، ويحصل على فائدة مباشرة منها، ويدخل في نطاق مهمة الخدمات العامة إعلان مواعيد شركات

الطيران الوطنية، وأخبار السينما والمسرح والنقد ومواعيد المحاضرات العامة، وأماكنها، والنشرة الجوية، وإعلانات الوظائف، والإعلانات التجارية، وأخبار الأسواق، المحلية والعالمية، وأخبار أسواق الأوراق المالية، والمعاهدات التجارية، إلى غير ذلك، ومن ثم توفر على المواطن، كثيراً من العناء، في عملية البحث عن حاجياته اليومية، وتنقل له أخبارها داخل منزله.

وهناك تيار صحفي الآن، يطلق عليه تيار صحافة الخدمات، ينتشر في الصحافة في العالم، ويعالج الأحداث والأفكار، من وجهة نظر فائدة القارئ المباشرة.

❖ الصحافة توثيق للأحداث ومصدر للتاريخ:

نجم عن الوظيفة التقليدية للصحافة، وهي الإعلام أو الأخبار، وظيفة جديدة هي التوثيق، فسرعة تطور العلم الحديث تجعل المؤلفات الموسوعية، أو المواضيع التي تعالجها الكتب حقائق قديمة، ومن ثم تضطلع الصحافة المعاصرة، بمهمة تجديد المعلومات والمعارف وملاحقتها، بفضل دوريتها، التي تسمح لها بالقيام بهذا الدور، أفضل مما يقوم به الكتاب، الذي لا يعاد طبعه بسرعة دورية الصحيفة، فضلاً عن أن عدد قراء الكتاب، أقل بكثير من عدد قراء الصحيفة.

ومع ثورة المعلومات، لم يعد في قدرة الكتاب المطبوع، بشكله المعروف، أن يلبي حاجة المؤرخين، إلى رصد الوقائع التاريخية المتلاحقة، أو متابعتها، بينما نجحت الصحافة في ذلك، فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ، وقائع الحياة الاجتماعية، في حركتها اليومية، في حين تقوم المجلات الأسبوعية بتلخيص هذه الوقائع وتحليلها، والصحفي يعد مصدراً رئيسياً للمؤرخ، حين يتعلق الأمر بتسجيل وقائع الحياة اليومية، أو حين يتعلق الأمر، برصد الاتجاهات الفكرية للأحزاب والأفراد، أو بدراسة تاريخ الصحافة نفسها.

والصحافة كمصدر للتاريخ تقوم بوظيفتين:

أولهما: رصد الوقائع، وتسجيلها ووصفها، والاحتفاظ بها للأجيال المقبلة.

ثانيهما: قياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة، إزاء وقائع أو قضايا تاريخية معينة.

❖ الصحافة ومهمة الشرح والتفسير والتحليل:

لا تكتفي الصحافة بسرد الأحداث، وإنما تتولى تحليل هذه الأحداث وتفسيرها، فالكثير من الأحداث لا يمكن فهمها، من دون معرفة خلفية هذه الأحداث، وتطورها التاريخي، وتلجأ الصحافة إلى استخدام أشكال صحفية عديدة، لأداء مهمة تحليل وتفسير الأحداث والتعليق عليها، مثل:

- التحليلات الإخبارية.
- المقالات الافتتاحية.
- أساليب التغطية التفسيرية.
- التفسيرات والملخصات الأسبوعية للأحداث.
- الرسوم الكاريكاتورية الساخرة.
- الحملات الصحفية.
- الأعمدة الصحفية.
- مقالات التعليق.
- رسائل القراء.

❖ الصحافة وتكوين الرأي العام:

الرأي العام هو الفكرة السائدة، بين جمهور من الناس، تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف، من المواقف، أو مسألة من المسائل العامة، التي تثير اهتمامهم، أو تتعلق بمصالحهم المشتركة، وهذه الظاهرة تكتسب صفة الاستقرار وتختلف، في وضوحها ودلالاتها، في عقول الأفراد، ولكنها تصدر عن اتفاق، متبادل بين غالبيتهم، مع اختلافهم في مدى إدراكهم لمفهومها، ومبلغ تحقيقها لنفعهم العام، ومصلحتهم المشتركة، ويُقصد بالرأي العام في هذا المجال، الرأي الغالب، أما الرأي العام المتصل اتصالاً وثيقاً بالميراث الثقافي، فيطلق عليه الاتجاه

العـام، وهـو مجموعـة العـادات والتقاليـد، الـتي تمثـل اتجاهـا ثابتـاً يتـصف بالـدوام، بعكس الرأي، العام الذي يتصف بالحركة والتغيير.

وهناك عوامل مختلفة تتفاعل وتؤدي في النهاية، إلى تكـوين الـرأي العـام، هـي:

١- الثقافة أو التراث الثقافي.

٢- عملية التنشئة الاجتماعية.

٣- القادة.

٤- الحوادث.

٥- الأحزاب.

٦- وسائل الإعلام والاتصال.

٧- الشائعات.

٨- الجماعات.

٩- أنماط الجماعات، أو الصور النمطية عن الجماعات.

١٠- الشعارات.

١١- المصالح المباشرة للجماهير.

ويـصف الـبعض الـصحافة بأنهـا تحتـل المقـام الأول، مـن بـين وسـائل الإعـلام كلها، في التـأثير علـى الـرأي العـام، لعـدة أسـباب، مـن أهمهـا: أن الـصحافة تهـتم، أكثر من سواها، من وسائل الإعـلام، بـالخوض في القـضايا الـسياسية والاجتماعيـة ومناقشتها بإسهاب، وعرض وجهات النظر المختلفة، وخلفيات الأنباء ومن أجل ذلك، فـإن الـنظم الديمقراطيـة في العـالم، تحـرص علـى إعطـاء الـصحافة أكـبر قـدر مـن الحريـة، لتكـون المـرآة الـصافية، الـتي تعكـس آمـال الـشعب وآلامـه، وأحلامـه وتطلعاته، ورضاه أو سخطه، ولتقوم، كذلك، بدورها ورسـالتها الهامـة، في توعيتـه وتنويره، في صدق وشرف والتزام، مما جعلها، خلال هذا القـرن، الـذي يوشـك علـى الانتهاء، من أقوى وسائل الإعلام وأكثرها قدرة علـى تكـوين الـرأي العـام ووجـدان الجماهير.

يقسّم مختار التهامي محتويات الصحيفة، بالنسبة لمدى تأثيرها على الرأي العام، إلى ثلاثة أقسام:

القسم الأول:

له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام، كالافتتاحية والكاريكاتير والأعمدة وبريد القراء، والمقالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنقد الأدبي والفني والإعلانات، ويتسم هذا القسم بالتحيز المتعمد، الذي يرمي للتأثير في الرأي العام.

القسم الثاني:

له علاقة، غير مباشرة، بتوجيه الرأي العام، فعلى الرغم من أن الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة، بصفة عامة، التي تدور حول الخرافة والجنس والجريمة، قد لا تؤثر، بصفة أساسية، في الرأي العام، إلا أنها تؤثر، بلا شك، في القيم الخلقية والثقافية للجمهور، وخاصة الشباب، وصغار السن، مما لابد أن ينعكس أثره على أحكام الرأي، واتجاهاته إن عاجلاً أو آجلاً.

القسم الثالث:

ليس له علاقة بتوجيه الرأي العام، مثل صفحة الوفيات، والنشرة الجوية، وبرامج الإذاعة والتلفزيون والسينما، فمثل هذه المواد وأمثالها لا تثير النقاش، عادة، على نطاق عام، وليست موجهة، في الظروف العادية، إلى تكوين رأي عام، حول مسألة معينة.

وإن كانت هناك أحياناً، استثناءات تفرضها أوضاع بعينها، ومن هذا القبيل، الحملات الدعائية المغرضة، التي قد تقوم بها بعض الجهات، والتي تستغل، عادة، كل أبواب الصحيفة لتحقيق أغراضها سواء، بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة.

وحتى يكون للصحيفة هذا الأثر، في تكوين الرأي العام، وكسب ثقة القارئ واحترامه، ينبغي أن تحرص في سياساتها، بالنسبة للخبر، على المبادئ التالية:

١- أن يكون الخبر الذي تنشره صحيحاً، فالخبر هو عصب الصحيفة، وهو الذي يخلق الرأي العام، فلا يجب على الصحيفة أن تعمد إلى تحريف الخبر أو المبالغة فيه، أو تزييفه، لأن ذلك يمثل خطراً بالغاً على الصحيفة نفسها، من جهة، ثم على القارئ، الذي يتوقع من الصحيفة الصدق في أخبارها، والدقة والأمانة، من جهة أخرى، فمن بديهيات العمل الصحفي أن "الخبر ليس ملكاً للصحيفة، وليس ملكاً للرأي العام، ولكنه ملك للحقيقة وحدها"، وإن الصحيفة ملزمة بحكم شرف المهنة أن تلتزم الصدق والنزاهة.

٢- من حق الصحيفة بعد أن تنشر الخبر، بكل الأمانة والصدق، أن تعلق عليه، بما تراه متمشياً مع سياستها، وبما يسمح للقارئ، بعد قراءة الخبر وتدبره، أن يكون له رأي فيه.

٣- تتابع الصحيفة الخبر، بعد نشره، وتعلق عليه، ليتكامل الخبر في ذهن القارئ.

قسّم علماء الرأي العام، في العالم، الصحافة، من ناحية تكوينها للرأي العام، والتأثير عليه، إلى صحافة رأي، وصحافة خبر، وهذا التقسيم لا يعني وجود صحافة تقتصر على نشر الأخبار، وأخرى تقتصر على نشر مقالات الرأي والتوجيه، وإنما المقصود تغليب بعض الصحف لهذا الاتجاه أو ذاك، فهناك صحف تعنى بالرأي، والتوجيه والتعليق على الأخبار، وإيضاح مغزاها السياسي والاجتماعي، واستخدامها في الدعوة لمذهب سياسي واجتماعي معين، وتأييد الحكومة القائمة أو معارضتها، والكفاح في سبيل قضايا معينة، قومية كانت، أو سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.

وصحافة الرأي هي التي تدين بمذهب من المذاهب السياسية، أو الاجتماعية، أو نظرية من نظريات الاقتصاد، ولا تحفل هذه الصحافة كثيراً بالخبر، لأن الخبر ليس هدفاً من أهدافها، وإذا نشرت بعض الأخبار، فإنها تنتقي منها ما يتفق مع المذهب، الذي تعتنقه وتخدمه، وهذا النوع من الصحافة، أقل انتشاراً، لأن قراء صحف الرأي قليلون، في أي بلد من البلاد، ولأن إيقاع العصر

السريع لم يعد يمنح القارئ الوقت الكافي للقراءة الطويلة المتمهلة، ومع ذلك، فإن صحافة الرأي هي الموجهة الحقيقية للرأي العام.

أما صحافة الخبر فإنها تعطي كل اهتمامها للأخبار، وتستقطب أعداداً غفيرة من القراء، ومن ثم، فهي أكثر توزيعاً، وأوسع انتشاراً من صحافة الرأي، ومن الحقائق المسلم بها أن صحافة الخبر، حين تلتزم الصدق، والموضوعية والأمانة فيما تنشره من أخبار، فإنها تلعب حينئذ دوراً، بالغ الأهمية، في تكوين الرأي العام، وتشكيل اتجاهاته، والعكس صحيح، فإن هناك في الحقل الصحفي، ما يسمى بالصحافة الصفراء، وهي التي تعمد إلى تزييف الخبر، والتركيز على المثير فيه، وما يتصل بالجنس، والجريمة والفضائح الاجتماعية بصفة خاصة، ويلقى هذا النوع من الصحافة، إقبالاً كبيراً من القراء، في معظم أنحاء العالم، ولكن المجتمع العالمي ينظر إليه، كنوع من السموم، أو المخدرات المدمرة لعقول الناس وأخلاقياتهم، والمخربة للمجتمعات، وطاقات الشباب، بصفة خاصة.

وحتى تكون الصحافة وسيلة بناءة، لتكوين الرأي العام، وأداة حقيقية، للتوعية والتنوير، لابد أن تستمتع بأكبر قدر من الحرية، فالصحافة المقيدة عقيمة، وعديمة القيمة، ولا تأثير لها، على المجتمع، والكاتب، الذي تقيده المحظورات والمحاذير، لا يستطيع أن يسطر كلمة نافعة، لأن فاقد الشيء لا يعطيه.

يشير عدنان أبو فخر إلى بعض الطرق، التي يمكن استخدامها، للتأثير في الرأي العام، عن طريق **الصحافة:**

١- طريقة ضبط الأخبار والمعارف، حسب حاجة القراء، ومعاناتهم، واهتماماتهم، ومقاصدهم.

٢- طريقة الإثبات والتأسيس المنطقي، حيث تقدم الصحافة لقرائها، النصوص المثبتة، والمبرهنة من خلال تصوير الظواهر الموضوعية الجادة، في الحياة الاجتماعية بصورة صحيحة، ويدخل في طريقة الإثبات، استخدام الوثائق والأرقام والإحصائيات والأمثلة الحية، بشكل مقنع.

٣- طريقة الإقناع، التي بواسطتها تؤثر الصحافة على عقل وعاطفة القارئ، ومن ثم تؤثر على سلوكه ونشاطه، من خلال تنشيط ذهنه، مما يزيد استيعابه لأفكار وآراء الصحافة، وتقتضي هذه الطريقة تطوير مقدرات وإمكانيات الصحفيين، على إقناع القراء والتأثير على الوعي الاجتماعي، وتكوين الرأي العام.

٤- طريقة الإيحاء، ومن خلالها تدخل الصحافة، إلى ساحة اللاشعور لدى القارئ، وتؤثر فيه، فتجعله يثق، ويؤمن بالقضايا والأفكار والمواقف، التي تريدها الصحافة، بصورة كبيرة ومدهشة.

ومن بين خصائص طريقة الإيحاء هذه، التكرار، وفيه، تكمن قوة الإيحاء، في دفع الإنسان للقيام بأي سلوك وعمل تريده الصحافة، ولكنه يجب أن يتم بصور، وأساليب مختلفة، وإما أن يستخدم لأغراض إيجابية، لصالح جماهير الشعب، أو أن يستخدم لتضليل الشعب، ومن ثم، تصبح طريقة الإيحاء طريقة تلقين وحقن إعلاميين، وهي طريقة تستخدمها الدعاية الصهيونية اليوم.

الصحافة علم وفن :

قد يتبادر، إلى الأذهان، أن هناك تناقضاً، في هذا العنوان، إذ كيف يمكن أن تكون الصحافة علماً وفناً، في وقت واحد، فالعلم يتناول موضوعات خاصة بقوانين علمية محددة، بينما الفن لا يخضع لقوانين محددة، بل يخضع للإبداع الفردي، أو بمعنى آخر، إن العلم موضوعي، والفن ذاتي.

وهذا الموضوع مثار جدل كبير، فالبعض يرى أن الصحافة فن، والراغب في العمل فيها لابد أن يكون موهوباً، وأن الصحفي يولد، وفي يده القلم، وفي رأسه الفكرة، على حد تعبير بعضهم، بينما يؤكد آخرون أن الصحافة مهنة، كسائر المهن، في المجتمع، تحتاج إلى استعداد طبيعي، ولكنها، كأي مهنة، لها مكونات ثلاثة هي: المعارف، والمهارات، والقيم، التي يمكن اكتسابها، وتطويرها، تعليماً وتدريباً.

فالذين يقولون إن الصحافة فن يرون: "أن الصحافة استعداد طبيعي، قبل كل شيء، ولكي يكون الإنسان صحفياً وجب عليه أن يستجيب للنداء، الصادر من أعماقه، وأن تتوافر فيه الموهبة، والرغبة الملحة، في ملاحظة الحياة والناس".

وعلى الجانب الآخر هناك من يقول بضرورة الدراسة والتجربة، مثل جوزيف بوليتزر الصحفي، المجري الأصل، الذي أصبح ناشر النيويورك ورلد، ورئيس تحريرها، في أوائل القرن العشرين، فمن رأيه "أن كل ذكاء في حاجة إلى من يتعهده، حتى لو سلمنا بأن الاستعدادات الطبيعية هي مفتاح النجاح، في جميع ميادين النشاط الإنساني"، وأن الصفات الخلقية - وهي لازمة للصحفي الناجح- تنمو بالعلم والتجربة.

ويشير بوليتزر، كذلك، إلى أن الصحفيين، الذين لم يؤهلوا، إنما يتعلمون مهنتهم، على حساب الجمهور، ويضيف قائلاً: "لا يكفي أن يكون صحفي الغد متعلماً، تعليماً جامعياً عاماً، بل لا بد من إعداده، لمهنته الجديدة، إعداداً خاصاً"، ويجيب بوليتزر على الذين يدعون أن الصحافة، في ذاتها، ليست مادة، يمكن تدريسها، بأنه: "كلما قطع المعترضون بأن هناك أشياء لا يمكن تدريسها، برهنوا على ضرورة ما يمكن تدريسه، إن المدرسة تكمل، ولا توجد، وإن كنا نحكم، على قيمة التعليم من قدرته على إخراج صفات عقلية من العدم، فإنه لا يكون أمام معاهد التعليم، من رياض الأطفال إلى الجامعة، إلا أن تغلق أبوابها، فيتعطل جميع المشتغلين بالتعليم".

ويرى جوزيف بوليتزر، كذلك، أن الصحافة هي أكثر المهن حاجة إلى أوسع المعارف، وأعمقها، ويسأل هل يصح أن تُترك هذه المهنة، ذات المسؤوليات الكبيرة، تُمارس من دون أي تأهيل منتظم.

وجدير بالذكر أن بوليتزر أوصى، عند وفاته، بمليونين ونصف مليون دولار، لتأسيس مدرسة صحافة، وإنشاء جوائز سنوية باسمه لأحسن إنتاج، في مجال الصحافة والأدب.

وهناك من يقول: إذا كان لا بد للجامعات، من أن يكون لها دور معلوم، في التدريب المهني للصحفيين، فليكن ذلك، على المستوى فوق الجامعي، ومن أصحاب هذا الرأي، توم هولكنيسون، الذي عمل رئيساً لتحرير صحيفة بيكتشربوست، من ١٩٤٠ إلى ١٩٥٠، وأصبح فيما بعد، مديراً لمركز الدراسات الصحفية، في جامعة كارديف البريطانية، ويعدد ما يحمله على الاعتقاد بذلك، قائلاً:

١- إن الصحافة، تختلف عن سائر المهن الفكرية الحرة، كالطب والهندسة والمحاماة، من حيث إن العمل فيها لا يقتصر على لون واحد، من الألوان المتعددة للمعرفة، بل هي مهنة مفتوحة، لا مغلقة، تحتاج إلى ثقافة ذوي المهن الفكرية الأخرى، فالطبيب مثلاً، بوسعه أن يكون مراسلاً أو محرراً طبياً، كذلك المحامي أو المهندس، لكن ليس بوسع من تخصص، في الصحافة وحدها، أن يكون طبيباً أو مهندساً أو محامياً، ومادام الأمر كذلك، فإن التدريب المهني فوق الجامعي للصحفيين، سيتيح الفرصة للصحافة كي تستفيد، من كل ذوي المعرفة المتخصصة، على اختلاف ألوانهم.

٢- إن التدريب المهني للصحفيين، على المستوى فوق الجامعي، هو أقل أنواع التدريب المهني تكلفة، وأسرعها عائداً، كما إنه أقلها ازدحاماً بالمواد المختلفة، التي يدخل بعضها في اختصاصات الشعب، والكليات الجامعية، الأخرى.

٣- إن مثل هذا التدريب سيؤدي إلى المزيد من التعاون والتنسيق، بين الصحافة، والجامعات، فقد تطلب بعض المؤسسات الصحفية، من إحدى الجامعات، تخصيص دورة تدريبية، على المستوى فوق الجامعي، لتدريب من يعملون فيها كمراسلين تربويين، ومثل هذا التدريب، سيعين المراسلين حتماً على فهم أحدث التيارات والأفكار، في عالم التربية.

جرت أولى المحاولات، في ميدان التعليم الصحفي، في داخل "واشنطون كوليج"، عام ١٨٦٩، وبعد سنوات قلائل، درست مادة صف الحروف والاختزال، وكان يقوم، بتدريس المادتين، رئيس تحرير جريدة لكسنفتي جازيت، وكان

الطلبة يعملون في تحرير المواد، وأعمال المطبعة، وبعد ذلك غزت فكرة تدريس الصحافة كثيراً من العقول، وانتشرت، في أنحاء الولايات المتحدة، على الرغم من أن الصحافة كانت في أطوارها الأولى، وكان لكل واحد، من القائمين على هذه الدراسة، طريقته الشخصية في التدريس، وتضمنت مناهج الدراسة: تاريخ الصحافة، وإصدار الصحف، وقانون القذف، والإدارة، ومحاضرات عن أهم القضايا العالمية، في الداخل، والخارج، ودراسات تطبيقية، في التحرير بأنواعه، إلى جانب المحاضرات العملية، التي كان يلقيها أرباب هذه المهنة، وتتضمن ملاحظاتهم وخبرتهم وتجاربهم.

أما في أوروبا، فكانت الصحافة هي مهنة الأدباء، ثم بدأت الموضوعات الصحفية تهتم بالنواحي الاجتماعية، والتاريخية والاقتصادية ولم تهتم، في بادئ الأمر، بالنواحي الفنية العملية، فلما اندلعت شرارة الحرب العالمية الأولى، ظهرت أهمية الصحافة، في نشر الأنباء، مما دعا إلى الاهتمام بمناهج التدريس على أسس مختلفة، واهتمت كل من ألمانيا والنرويج وبولونيا، بإجراء دراسات خاصة لهذه المهنة، ثم بدأت هذه الدراسات تحتل أمكنة لها، في الجامعات، خاصة في ألمانيا في السنوات الأخيرة، بين الحربين العالميتين، وأصبحت تدرس الصحافة بانتظام في السنوات، التي سبقت الحرب العالمية الثانية، في كثير من جامعات أوروبا، وظهرت أهمية المناهج وكان ذلك، بعد أن أثبتت بعض المناهج قيمتها، في الدراسة، والبحث وظهر التخصص.

ويلاحظ أن بريطانيا على خلاف ما هو متبع، في الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا، لا تميل كثيراً إلى نشاء كليات جامعية للدراسات الصحفية، أو الإعلامية، لكنها، مع ذلك، من الدول التي تهتم بالتدريب المهني للصحفيين، فقد تضافرت جهود جميع المنظمات الصحفية فيها على تحقيق مشروع قومي للتدريب، هو المجلس القومي لتدريب الصحفيين، وهذا المعهد، أو المجلس، لا يقبل التدريب فيه إلا أولئك، الذين يعملون في الصحافة بالفعل، ومن أراد الالتحاق به،

عليه أن يبرهن على قدرته الصحفية بشكل عملي، أولاً، وقبل كل شيء، كما أن لبعض المؤسسات الصحفية الكبرى، برامجها التدريبية الخاصة بها.

إن إصدار الصحيفة لم يعد يُنظر إليه، كما كان الحال في الماضي، على أنه عمل أدبي أو فكري فحسب، بل أصبحت الصحافة صناعة قائمة بذاتها، لها اقتصادياتها الخاصة بها، وأصبحت كذلك مهنة لها سمات وخصائص المهن الفنية، وأصبحت جهازاً كاملاً له إدارته الخاصة.

يتضمن جوهر الفن الصحفي، مزيجاً إبداعياً من فن التحرير الصحفي، أو الكتابة بلغة تناسب الصحافة، كوسيلة، وتتسق مع سمات جمهورها، والتصوير الصحفي، والرسوم اليدوية بأنواعها الساخرة، والتوضيحية والتعبيرية، وفن الصور الصحفية والرسوم، ثم الفن الإعلاني، وأخيراً، فن الإخراج الصحفي، الذي يتولى عملية الإبراز والتنسيق والجذب، للمادة الصحفية، وللمادة الإعلانية وتكوين شخصية للصحيفة.

ولإصدار صحيفة (جريدة أو مجلة) لأول مرة لابد من اتخاذ عدة خطوات مهمة قبل الإصدار، هي:

- دراسة الجمهور ومعرفة احتياجاته.
- دراسة الصحف المنافسة.
- تحديد الهدف من الإصدار.
- رسم السياسة التحريرية.
- وضع التصميم الأساسي للصحيفة.
- اختيار النظام الإنتاجي للصحيفة (مراحل ما قبل الطبع والطباعة).
- اختيار الكادر البشري المؤهل، وتوزيعه، على الأقسام المختلفة.
- الحصول على ترخيص قانوني للإصدار، أو التقدم بإخطار.
- تدبير التمويل اللازم، ووضع الميزانية، وحساب التكاليف.
- توفير المقر، والتجهيزات التكنولوجية المختلفة، للإصدار.
- الاتصال بالمعلنين، وحثهم على الإعلان، في الصحيفة.

- وضع خريطة تنظيمية للصحيفة، تحدد خطوط السلطة، والمسؤوليات والعلاقات وخط سير النص الصحفي، من المحرر إلى المطبعة.
- الاتفاق مع وكالات الأنباء، ووكالات الخدمات الصحفية، كوكالات الصور والرسوم والمقالات والمعلومات، وكذلك، وكالات الإعلان والتسويق، للاستفادة من خدماتها.
- إعداد الحملة الإعلانية عن الصحيفة، وجدولتها.
- إصدار الأعداد التجريبية، (الأعداد الزيرو)، وتحديد موعد نهائي لصدور العدد الأول.

أما خطوات إصدار عدد من الصحيفة، وهي الخطوات، التي تتم يومياً، أو أسبوعياً، على عدد واحد من الصحيفة فتتضمن:

- ❖ تقييم العدد الصادر.
- ❖ التخطيط للعدد التالي، ويتضمن ذلك توزيع المهام، على الأفراد، في الأقسام المختلفة.
- ❖ جمع المعلومات، من المصادر الداخلية، والخارجية للصحيفة، من خلال المحررين والمندوبين.
- ❖ مراجعة المواد المجموعة، واستكمالها ميدانياً، أو مكتبياً.
- ❖ التقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة للموضوعات، أو الحصول عليها من قسم المعلومات، في بعض الأخبار والموضوعات.
- ❖ تجهيز الرسوم اليدوية التوضيحية والتعبيرية والساخرة.
- ❖ تحرير المواد الصحفية المجموعة في شكل أخبار، وموضوعات صحفية، ومراجعتها.
- ❖ تحرير التعليقات، أو الشروح، المصاحبة للصور الفوتوغرافية، والرسوم اليدوية.
- ❖ جلب الإعلانات الصحفية، ووكالات الإعلان المختلفة، عن طريق قسم، أو إدارة الإعلانات بالصحيفة.

- تحرير الإعلانات الصحفية، وإخراجها وتنفيذها، على ماكيتات ترسل إلى جهاز التحرير بالجريدة، مقترح عليها الصفحات المطلوب نشرها فيها.
- تقييم المواد الصحفية، وتحديد صلاحيتها للنشر، بمعنى أن يجري تقييم جميع الأخبار والموضوعات، وتقرير ما إذا كانت صالحة للنشر بشكلها الحالي، أو بعد الاستكمال، أو غير صالحة للنشر، على الإطلاق.
- الاستقرار على ماكيت، أو تخطيط لمواد العدد التحريرية، والإعلانية، وتوزيعها على الصفحات المختلفة.
- إخراج الجريدة، بمعنى إعداد الصفحات المختلفة، وفقاً لخطة العدد، وفي إطار التصميم الأساسي للجريدة المستقر عليه، ويعني ذلك تحديد مواقع الأخبار والموضوعات الصحفية، والإعلانات، داخل الصفحات المختلفة للجريدة، ومساحاتها، وأساليب المعالجة التيبوغرافية لها، ويتضمن ذلك تحديد حجم حروف كل مادة صحفية، واتساع سطورها، والصور والرسوم المناسبة لها.
- إرسال المواد الصحفية والإعلانية المكتوبة إلى قسم الصف، ومراجعتها، وتصحيحها.
- إرسال المواد المصورة والمرسومة إلى قسم التصوير ومراجعتها.
- تجميع المواد المكتوبة والمصورة، وفقاً للماكيت المتفق عليه، في عملية الإعداد، أو المونتاج.

الفصل الثاني

الصحافة المكتوبة

الصحيفة- طبيعتها وأهدافها وقراؤها :

الصحيفة مطبوع دوري، وقد تكون دوريتها يومية (صباحية أو مسائية) أو أسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية.

وهناك قواسم مشتركة بين مختلف هذه الدوريات، تتمثل في المهام والغايات، كما توجد اختلافات فيما بينها تتمثل في قواعد انتقاء المادة الإعلامية ومستويات معالجتها.

مهمة الصحيفة :

مهمة الصحيفة هي نشر الأخبار المختلفة: سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وغيرها، والتعاليق على الأخبار وشرحها وتحليلها.

أهداف الصحيفة :

تسعى كل صحيفة- بنشاطها الإعلامي- إلى تحقيق غايات أساسية تتمثل في:

- الإخبار أو الإعلام.
- التعليم والتثقيف والتنشئة الاجتماعية.
- التوجيه والإرشاد.
- التسلية.
- تشكيل رأي جماعي أو رأي عام في قضايا داخلية وخارجية.

القراء وقراءة الصحيفة :

تحلم كل صحيفة لأن يكون لها قراء أوفياء، إلا أن هذه الأمنية لا تتحقق دائماً، حيث يحصل أن يتم تداخل بين جمهور أكثر من دورية.

ويخصص القراء وقتاً محدوداً لقراءة الصحيفة، وتختلف المدة الزمنية اللازمة لقراءة الصحيفة حسب نوعية القراء وحجم المادة المنشورة ونوعها وطريقة

عرضها، فهناك بعض الصحف تحتوي على عشرات الصفحات بالإضافة إلى ملاحق متخصصة، وهناك يوميات قد يتطلب قراءة كل محتوياتها ما يقرب من ١٠ ساعات أو أكثر في اليوم، وتتطلب قراءة مجمل مواد بعض المجلات ما يزيد عن ١٥ ساعة، وتختلف المدة التي يخصصها القراء للصحيفة من مجتمع إلى آخر.

معيقات انتقاء المادة الصالحة للنشر:

تعترض الصحافيين يومياً مسألة تحديد وانتقاء الأخبار التي يجب تبليغها إلى القراء، نظراً: لكثرة المواد، وضيق المجال، وكذلك بسبب اتساع وتنوع حاجيات القراء، واختلاف الصحف في اهتماماتها وفي مشاربها الثقافية والسياسية والاجتماعية (صحافة حزبية وصحافة ثقافية وصحافة مهنية وصحافة اجتماعية)، فما تراه هذه الصحيفة صالحاً للنشر قد لا ترى فيه صحيفة أخرى ذلك.

الكتابة الصحفية:

تتكون الصحافة المكتوبة من قوالب تحريرية، أجناس أو أنواع، كل نوع منها له وظائف معينة، ويعتمد صيغاً تعبيرية تتلاءم وفنياته.

وعلى العموم تعكس الأنواع الصحفية الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل، كما تفسر الوقائع والأحداث والظواهر والتطورات، وتتضمن أيضاً التقويم والتحليل والرأي، والتفسير..

وتهدف كل صحيفة إلى مخاطبة جميع القراء باختلاف مشاربهم الاجتماعية والثقافية، أي الكتابة لكل الناس.

وأهم أجزاء الكتابة هي البداية والنهاية: البداية لأن بواسطتها نمسك القارئ، والنهاية لأنها تعطي للقارئ ما يجب أن يبقى في ذاكرته من الموضوع، مع تفادي تكرار ما قيل في مقدمة الموضوع.

وأفضل خاتمة هي أن نغادر القارئ وهو متشوق لنبقى معه، وأسوأ خاتمة هي أن نشعره بأننا سنغادره وذلك بتقديم آخر جملة على شكل ملخص، مثل، والخلاصة أن....

لغة الصحافة:

يعتقد كل واحد منا أن له أسلوب واضح وسهل، وأنه واقعي في كل ما يكتبه ويدافع عنه، فحلم الصحفي هو أن تكون كتابته مفهومة أولاً، ومقنعة ثانياً، فهو لا يكتب لنفسه بل يكتب لغيره، ولذلك يجب التساؤل دائماً عن أنجع الصيغ والمفردات والحجج التي تمكننا من الوصول على القارئ.

ومن أجل ذلك تلح جميع أدبيات التدريس الإعلامي على الكتابة بأسلوب يتميز بـ:

- البساطة والسهولة.
- الوضوح والواقعية.
- استعمال اللغة والعبارات السهلة دون الابتذال أو الإسفاف.

في القرن الثامن عشر وصف صحفي إنجليزي الأسلوب الصحفي الناجح بأنه الأسلوب الذي إذا تحدثت به إلى خمسة آلاف شخص ممن يختلفون اختلافاً عظيماً في قواهم العقلية- عدا البلهاء والمجانين- فإنهم جميعاً يفهمون ما أقول.

الأسلوب:

يجب أن يراعى في الأسلوب الصحفي:

أ- الابتعاد عن التكرار والحشو اللفظي.

ب- اختيار الجمل القصيرة لأن الجمل الطويلة تدفع القارئ إلى الملل.

ج- عرض الأفكار بشكل مترابط وسلس.

تسهيل عملية القراءة:

تحرص كل صحيفة على تسهيل عملية القراءة على قرائها ليحصلوا على أكبر حجم ممكن من المعلومات في أقل وقت، وتتم هذه العملية عن طريق:

- تنظيم المادة المعروضة في أبواب محددة مثل الأخبار السياسية والأخبار الاقتصادية والأخبار الاجتماعية والأخبار الرياضية... الخ، ويتم وضع هذه الأبواب في أماكن خاصة يألف القراء مكانها وإخراجها.

- يتم تقسيم المادة وتوزيعها في كل ركن أو باب حسب الأهمية، فتعطى الصدارة للخبر الأكثر أهمية، وتتضح هذه الأهمية عبر حجم خط العنوان والمساحة المخصص له، وتليه الأخبار الأخرى حسب أهميتها.
- اختيار لكل موضوع عنوان مناسب يقوم بوظيفتين: إخبار القارئ بمضمون الموضوع ويثير فضوله ويدفعه لقراءة الموضوع.
- يتم تخصيص مقدمة للأخبار الطويلة تلخص مضمون الموضوع، ويكون طول المقدمة مناسباً لطول الموضوع (نحو ١/١٠ حجم الموضوع)، والمقدمة أنواع:
- مقدمة إخبارية: تعطي ملخصاً للقارئ حول الموضوع.
- مقدمة تحفيزية: تثير فضول القارئ وتدفعه إلى قراءة الموضوع، ويمكن الدمج بين المقدمة الإخبارية والمقدمة التحفيزية.
- مقدمة تذكيرية: وهي ضرورية عندما يتم نشر الموضوع على حلقات، ويكون من الضروري تخصيص مقدمة لكل حلقة تذكر بمضمون الحلقات السابقة.

أجناس الكتابة الصحفية:

يشكل اختيار الجنس الصحفي المناسب الهاجس الرئيسي لكل صحفي، فعليه أن يتساءل باستمرار، عندما يريد الشروع في معالجة موضوعه، عن شكل الكتابة أو الجنس الصحفي الملائم لمعالجة موضوعه.

وتتكون أشكال الكتابة الصحفية من عدة أجناس، أهمها:

الخبر: ويستعمل لنقل معلومات عن أحداث جديدة وهو الذي يهمنا بالدرجة الأولى.

التقرير: ويستخدم لنقل معلومات من خلال عنصر ذاتي (شاهد عيان).

الافتتاحية: وتقدم رأي الوسيلة الإعلامية حول حدث ما.

التعليق الصحفي: ويقدم وجهة نظر محددة ورأي واضح حول حدث ما (ما وراء الحدث).

الاستطلاع: ويصور الحياة الإنسانية.

التحقيق الصحفي: ويشرح ويحلل ظاهرة أو مشكلة، أو أحداث، ويقدم الحلول بشأنها.

المقال: وهو رؤية يقدمها كاتب معين لظواهر وأحداث يختارها.

الحديث الصحفي: محاورة مسؤول، أو مختص... لشرح وإيضاح قضية ما.

صياغة الأشكال الصحفية:

اللغة العربية جعلت للصحفيين أرضاً ذلولاً، إذا مشوا في مناكبها، وتمكنوا من أساليبها، في التقرير، والبلاغة، استطاعوا صوغ كل الأجناس الصحفية، وفق خصائصها وأسلوبها وفنياتها.

يقول الكاتب أدوين واكين: "الاتصال المدون المكتوب، يختلف عن الاتصال الشفوي اختلافاً كبيراً، لأن الكتابة تجري وفقاً لأساليب منتظمة حسنة الترتيب.. فهناك فعل، وفاعل، ومفعول به، وهناك عبارة، ثم فقرة، ثم فصل، أي أن الأمر يسير بترتيب منطقي، نظامي، متسق، تماماً كما يتحرك القطار على قضبان لا يحيد عنها".

الكتابة الصحفية.. فن وأسلوب:

شهدت أساليب الكتابة والتعبير في الصحافة العربية تطوراً كبيراً ومتصلاً منذ ما يزيد على قرن ونصف، ففي النصف الأول من القرن قبل الماضي اتسم أسلوب الكتابة الصحفية بلغة العصر من صعوبة والتفاف، بحيث تبدو الآن قراءة أي نص من نصوص تلك الفترة أمراً غير سهل، مع الأيام أصبح أسلوب الكتابة في الصحافة العربية أكثر سهولة وسلاسة، وأكثر التصاقاً بروح العصر عما كان عليه في الماضي، فالعصر الحاضر الذي يوصف بأنه عصر السرعة انعكست سماته على صحافته شكلاً ومضموناً.

فمن حيث الشكل أصبحت الجمل قصيرة، والفقرات صغيرة، لتشجيع القارئ المتعجل على الإقبال عليها مستعيناً بذلك بالعناوين التي تبرز جوهر

الموضوعات ومراكز الأهمية فيها، والصور التي تغني عن آلاف الكلمات، وتلفت الانتباه إليها بطريقة لاشعورية، إضافة إلى تطور أساليب التصميم والإخراج الصحفي التي جعلت قراءة الصحف والمجلات مسألة سهلة وميسرة.

مفهوم الكتابة الصحفية:

المتأمل لأساليب التعبير في اللغة العربية يجد أنها تكاد تنحصر في أربعة أنواع:

- **اللغة العامية**: التي يتداولها الناس عند مخاطبة بعضهم البعض في مختلف مجالات حياتهم اليومية.
- **الكتابة العلمية**: والتي تخص بمجال معين كالطب أو القانون أو الهندسة..
- **الكتابة الأدبية**: والتي تمثل مجالات الإبداع الأدبي للأجناس الأدبية المعروفة من قصة وتمثيل ومسرحية وخطبة ومقالة.. الخ.
- **الكتابة الصحفية**: وهي التي يشيع استخدامها في وسائل الإعلام المختلفة وتتميز بالوسطية بين الأنواع الثلاثة السابقة، تأخذ من كل نوع ما ييسر على القارئ متوسط الثقافة والتعليم.

فمن العامية: تأخذ بعض التعبيرات الشائعة التي تكسبها بقليل من الفصاحة شرعية استخدامها كلغة مكتوبة، ولأن كانت شرعية غير مُسلم بها من جانب بعض اللغويين الذين يعتبرون ذلك نوعاً من التخريب اللغوي مثال ذلك: يقال في الصحافة (لازالت الأمور غير مستقرة في منطقة الشرق الأوسط) والصحيح يقال (ولا تزال الأمور غير مستقرة في منطقة الشرق الأوسط)، لأن لا... لا تدخل على الماضي، وإلا صار الكلام معها إنشاء وانقلب مكان الفعل إلى الاستقبال... ومن الأمثلة كذلك كلمة غير ففي العامية يقال مثلاً (المؤيدون والغير مؤيدين) والصحيح (المؤيدون وغير المؤيدون) لأن كلمة غير لا تأخذ ألفاً ولاماً إلا إذا جاءت بمعنى الآخرين، وغير ذلك كثير.

سمات الكتابة الصحفية:

من أبرز السمات:

١- السهولة:

حيث اللغة المستخدمة في نقل الأحداث والوقائع والأفكار قريبة إلى الفهم، وبعيدة عن التعمق، ولتحقيق سهولة الكتابة الصحفية فإن الأمر يتطلب:

- عدم استخدام الألفاظ الصعبة أو الضخمة أو العبارات غير المألوفة التي تستخدم في أنواع الكتابة الأخرى.
- استخدام عبارات جذابة تجسد المعنى وتوضح الفكرة حتى يتمكن الصحفي من نقل القارئ من جوه الخاص إلى جوه الصحفي.
- البعد عن المحسنات اللفظية ما لم يقتض السياق العام للنص غير ذلك.
- تطابق الوصف مع الموصوف.
- مراعاة قرب الفاعل من الفعل في بناء الجملة وتراكيبها.
- استخدام المبني للمعلوم إلا إذا استوجبت طبيعة الجملة استخدام المبني للمجهول.
- عدم تحميل الجملة بالمعلومات أو الأرقام أو البيانات التي تجعل منها جملة طويلة يته فيها المعنى.
- البدء بالفعل عند صياغة الجملة، لأن الجملة الفعلية تُعنى بالحدث أكثر من عنايتها بالمتحدث.

٢- التركيز:

ويعني أن تكون ألفاظ الكلام المكتوب على قدر مضمونه وأهميته، ولتحقيق التركيز في بناء الجملة فإن الأمر يتطلب:

- الإيجاز في التعبير أو الاقتصاد في اللغة، والبعد عن التعبيرات الإنشائية التي لا لزوم لها.
- دقة العبارة وتماسكها، وتجنب التراكم اللفظي (جثة بدلاً من جثة هامدة).

- التوجه بالقارئ مباشرة إلى عمق الموضوع دون التفاف أو إسهاب أو فوضى لغوية.
- قصر الجمل والفقرات.

٣- الوضوح:

ونعني به أسلوب معالجة الفكرة، وطريقة عرضها وتناولها، ولتحقيق وضوح الفكرة فإن الأمر يتطلب:

- الفهم الواعي للفكرة، فمن لا يفهم لا يستطيع أن يفهم الآخرين.
- إحداث التوازن بين الكلمات الدالة على الحدث أو المعنى المقصود، والتعبيرات الدالة على وصفه وتصويره.
- البعد عن الرمزية ما لم تقتض الضرورة ذلك.

٤- التنوع:

ونقصد به تنوع مستويات الأسلوب بما يؤدي على جاذبية الكتابة ويستثمر طاقات اللغة..

ولإحداث التنوع فإن الأمر يتطلب:

- الانتقال من طريقة إلى أخرى عند عرض الجوانب المختلفة للفكرة أو الموضوع الواحد، وذلك على حسب طبيعة الفكرة، وما تفرضه من طريقة المعالجة.
- تغيير العناصر اللغوية وعدم تكرارها في الموضوع الواحد.
- الحذر من الوقوع في الفوضى اللفظية.. فالغرض من التنوع ليس مجرد استعرض الألفاظ والعبارات الرنانة، وإنما جذب القارئ وجعل ما يقرأه مشوقاً.

٥- التشويق:

سمة مهمة وأساسية في الكتابة الصحفية، بدونها تصبح الكتابة جافة، ولتحقيق هذه السمة ينبغي المحافظة على تلقائية الكتابة بحيث تنساب الجمل

المكونة للموضوع في سلاسة ولطف.. وذلك باستخدام الألفاظ الشائعة، والبعد عن المترادفات، والجمل الاعتراضية، واللغة المتكلفة، والمحافظة على ترابط أجزاء الفكرة الواحدة.

وللمحافظة على بذرة التشويق في النص، علينا أن ندرك أن أي شكل من أشكال الكتابة مكون من جزئيات يفضي بعضها إلى البعض الآخر بطريقة تلقائية.. إذ أن كل شيء يعتمد على (ثم ماذا؟)

فالقارئ يقرأ في الخبر مثلاً (انفجرت عبوة ناسفة في أحد المخيمات الاستيطانية اليهودية.. فما يكاد ينتهي من قراءة هذه الجملة حتى يقفز إلى ذهنه بصورة تلقائية ثم ماذا؟

ليأتي الجزء الثاني (أدت إلى مصرع خمسة ضباط إسرائيليين، ثم ماذا؟) وهكذا تتابع جزئيات الحدث محدثة سمة التشويق.

٧- **اللفظ المستحدث:**

وهذه سمة ابتدعتها الكتابة الصحفية نتيجة اتصالها المستمر بالصحافة ووسائل الإعلام العالمية الأخرى، ولكثرة استخدامها في الصحف ووسائل الإعلام الأخرى، يشيع استخدامها فتندمج في لغة الحياة اليومية، ولذلك فإن الكتابة الصحفية تتميز بالكلمات والألفاظ المستحدثة مثل (لعب دوراً، واصطاد في الماء العكر، وكان للحادث صدى... الخ) وهي تعابير فرنسية الأصل.

٨- **الذروة:**

تمثل هذه الخاصية السمة الغالبة للكتابة الصحفية، إذا أن الصحافة محكومة دائماً بنهاية الحدث وليس ببدايته.. ففي الصحافة تأتي نهاية القصة قبل بدايتها، وذروة الحدث قبل تفاصيله التي ترد أقل أهمية.. وهذه خاصية اقتضتها طبيعة القراء في هذا العصر الذين لا يملكون الوقت لقراءة الموضوعات المطولة.

ذلك إن منهج الكتابة الصحفية يهتم بإبراز الصورة العامة أكثر من اهتمامه بالجزئيات، وهو في عنايته بالجزئيات يتحرى اختيار تلك التي تساعد على إبراز معالم الصورة العامة.

متطلبات الكتابة الصحفية :

١- ثقافة الكاتب الصحفي ومن عناصر ثقافته:

أ- المعرفة باللغو وثرواتها اللفظية (القرآن الكريم، المعرفة باستخدام المعاجم اللغوية، المتابعة والقراءة المستمرة، التقليد في البداية لكبار الكتاب، معرفة التاريخ والجغرافيا واللغات، الاتصال بذوي الخبرة والمعرفة للاستفادة من خبراتهم (الأخلاق، الأمانة، المصلحة العامة، الجرأة استثمار الوقت، تقبل النقد، كتمان السر...).

ب- الإلمام بسياسات التحرير واتجاهاتها... الصحفي في هذا العصر لا تواجهه ندرة الأخبار والمعلومات والصور بل مشكلة الانتقاء والاختيار من الكم الهائل من هذه المواد، جودة المادة، مصداقية المعلومات وحداثتها لا تعطي دائماً للموضوع القابلية للنشر... سياسة التحرير لا بد أن يضعها الصحفي في اعتباره حتى لا يضيع ما يقوم به من جهد.

ج- الإلمام باعتبارات الكتابة للصحيفة والمجلة.. أي المعرفة باعتبارات الفروق بين الكتابة للجريدة أو للمجلة ففي الجريدة السرعة وفي المجلة التأني وتكثيف التفاصيل، العنوان في الجريدة يعطي أهم العناصر أما في المجلة فانه يستحث القارئ ويستثيره للقراءة، وفي الجريد مطلوب الأخبار أما في المجلة فما وراء الأخبار وتحليل وخلفيات في الجريدة لا يركز على لماذا بعكس المجلة، التحقيق في الجريدة إخباري بينما في المجلة بحثي والمقابلة في الجريدة إخباري بينما في المجلة يعتبر حديث الرأي والشخصي أهم.

د- الإعداد والتخطيط المسبق قبل البدء في الكتابة ولابد من متطلبات منها: تحديد مصدر الموضوع، تحديد عناصره، تحديد نوع المعلومات المطلوبة، تحديد شخصيات الموضوع، تحديد عناصر الإيضاح صور ورسوم...، كتابة التعليقات المصاحبة لعناصر الإيضاح.

هـ- حسن توظيف الرسوم وتحرير المادة الصحفية ومنها (العناوين، طريقة العرض) بحيث توضع الحقائق الأهم فالأقل أهمية...، الصور والرسوم.... الخ.

صفات الصحفي الجيد:

١- الصحفي الجيد هو القادر على تحديد مفهوم، التحرير الصحفي تحديداً دقيقاً، والقادر على فهم التعامل مع- اللغة- وقواعدها ولو بفهم متوسط على أقل تقدير، مع امتلاك المهارة في أسلوب التحرير الصحفي والقدرة على شرح مفاهيمه والتعبير عنها في صحيفة أو مجلة أو أي وسيلة من وسائل الاتصال الأخرى.

٢- الصحفي الجيد هو الذي يمتلك القدرة على التمييز بين أنواع النشريات والكتابات الصحفية، وأطر وحدود التعبير فيها، من حيث الدقة وتناول التفاصيل والتغطية الإعلامية، أو من حيث اكتشاف الركاكة والتشويه اللتان يدمران الهدف الصحفي من تسويق المعلومة.

٣- الصحفي الجيد هو القادر على شرح خطوات عملية التحرير الصحفي بالممارسة الجيدة المعتمدة على المعايير الخاصة بالكتابة الصحفية، وتقييم تلك الممارسات مع نماذج صحفية أخرى مشابهة، من حيث المضمون والهدف.

٤- الصحفي الجيد هو المؤمن بأن الصحافة- عملية اتصال جماهيرية متكاملة الأطراف، تبدأ بجمع المعلومات الصحفية ومعالجتها وصياغتها كرسالة أو مضمون أو محتوى صحفي معين، سياسي أو اقتصادي أو رياضي أو أي نص صحفي آخر، مصاغ أو مقولب في شكل مناسب للحدث الذي قد يكون، حديثاً أو خبراً أو مقالاً، ثم يرسل إلى أو يبث من خلال وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية كالجريدة والمجلة وغيرهما، مع انتظار ردود الأفعال عليه، والتهيؤ لمعالجتها بأسلوب مقنع آخر أو الاستمرار على ذات الأسلوب الحالي الذي نجح في مهمته الصحفية الأولى.

٥- الصحفي الجيد هو القادر على جعل النص الصحفي يروق للقارئ، وقادر على أن يخلق بينه وبين القارئ نوع من الهارمونية والتناغم الأسلوبي المتناسب مع ثقافة الجماهير، وسياسة الصحيفة التي يعمل فيها، وبما يسهل عملية

الإخـراج الـصحفي، وتـسويق المعلومـة إلى الجمـاهير، ويـساعد علـى تـسويق وتصريف بيع الجريدة، والإعلان عنها في أعلى المستويات وأبسطها، وتحويلها إلى وسيلة اتصال فعالة وجريدة جماهيرية.

٦- إن الصحفي الجيد هو مجاهد جيد ومسؤول جيد، وهو لا يقوم بإخراج أي عمل صحفي قبل التأكد من دقة المعلومات والبيانات ونصوصها الصحفية المختلفة بالتشاور مع المحررين والأخصائيين، وخبراء قسم المعلومات داخل الصحيفة وخارجها.

٧- والصحفي الجيد هو المتمرس على اختزال كتابة المعلومة وتجميلها، من دون أن يؤثر ذلك على المعلومة، والهدف من تسويقها، وهو القادر كذلك على التخلص من الكلمات الزائدة وغير الضرورية، مع اهتمامه بصقل النص من الناحية اللغوية، وحذف الكلمات أو الفقرات التي تتسبب في خلق مشكلة ما للجريدة ومحرريها ومالكيها، أو ما يتسبب في اتهام الصحفي بجريمة يعاقب عليها القانون أو تتعارض مع الذوق العام، والصحفي الجيد هو القادر على اختصار النص الصحفي وجعله يتناسب مع المساحة المخصصة للعمود الصحفي باللجوء إلى دمج نص مع نص آخر، خاصة بالأخبار المكررة أو المتداولة باستمرار، أو عمل إشارة لنص في نهاية نص صحفي آخر إذا اقتضى الأمر ذلك.

٨- إن الصحفي الجيد كما يصفه الاختصاصي في مجال الصحافة- د.محمود أدهم- هو القادر على تسجيل الأحداث المهمة، الحالية والمتجددة، ونقل الوقائع والتفاصيل والصور والمشاهد المرتبطة بها، والتعريف بما أسفر عنه البحث وراء عللها وأسبابها الظاهرة والخفية، وتقديم المعلومات والبيانات المفيدة، وتبني الظواهر والأنشطة والمشكلات المختلفة والمؤثرة، وعرض وتفسير ومناقشة الأقوال والتصريحات والأفكار والآراء والاتجاهات والمواقف والقضايا والحلول ذات الجدارة والجدوى والنفع، وتناول ما يستحق من تطوراتها واتجاهاتها ونتائجها المتاحة والمفاجئة والمتابعة، انطلاقاً من مصالح

الفرد والمجتمع والإنسانية، وانسجاماً مع وسيلة النشر والتعبير عن ذلك كله تعبيراً دقيقا وموضوعياً في أغلب الأحوال، في عبارات قصيرة متماسكة، وبواسطة لغة صحيحة، سهلة وواضحة وجذابة، كي تشكل عمل فني وصحفي يمثل رسالة إعلامية موجهة إلى القراء، تكون صالحة للطبع والنشر والتوزيع في الوقت المناسب، على صحيفة أو مجلة أو كتاب، فالتحرير الصحفي بمفهومه اللغوي والأسلوبي، وكعملية فنية كتابية هو أحد فنون عملية الكتابة الواقعية، التي تحول الأحداث والآراء والأفكار والخبرات، من إطار التصور الذهني والأفكار الخيالية إلى لغة مكتوبة ومحسوسة ومفهومة للقارئ العادي.

إن ما يختلف فيه الصحافي عن الكاتب العلمي، هو أن الأخير يعتمد على المصطلحات العلمية أو الفنية المحددة والدقيقة، التي ربما لا يفهمها إلا أصحاب التخصص، كما تختلف أنماط الكتابة في الصحف، عن الكتابة الأدبية التي تعتمد على لغة الخيال والبلاغة اللفظية الاستطرادية التي تحاكي مشاعر وآمال المستقبل كي توفر للقارئ الذي يبحث عن المتعة الجمالية والفكرية في آن واحد، بينما التحرير الصحفي كفن كتابي، يعتمد على الأسلوب العلمي المتأدب والمحتشم، ويستخدم ما يسمى باللغة الصحفية الوسطى، أو اللغة الإعلامية، التي يفهمها قارئ الصحيفة العادي، وبأسلوب متعدد التعابير كالتعبير، الموجز، والتعبير التصويري، وأيضاً هناك تعبير، ثالث يسمى بالتعبير الاستطرادي، كما أن هناك اختلافاً آخر بالأسلوب من حيث تأثيره الوجداني، فهناك أسلوب رقيق أو حزين أو أسلوب منشط، يذكر بالأمجاد والمآثر والتاريخ النضالي للشعوب والأفراد، وهناك ما يسمى بالأسلوب القديم، وهو أسلوب شجي يتلاعب بالعواطف ويجيشها، وأسلوب شعري وأدبي خفيف وأسلوب صحفي ثالث، هو الأسلوب الذي غالباً ما يكون موضوعي ويتجنب الأطناب والخيال والشعر.

- التحليل الأسلوبي وفراسة الاختيار: هو الأسلوب الساعي إلى اكتشاف كافة أسباب الاختيار، للكلمة الواحدة أو الجملة الواحدة، أو المقطع الواحد من

المقال، فيبدأ الصحفي الحريص على تطوير فن الكتابة الصحفية، ويسؤال موجه إلى ذاته، لماذا هذه الكلمة أو تلك ؟ ولماذا هذه البنية التركيبية لهذا المقطع أو ذاك ؟ ولماذا هذا الأسلوب وليس ذاك ؟ وبما يتناسب ووعيه الصحفي وثقافته العامة، عندئذ يضع الموازنات الموضوعية والإجابات المناسبة لأسئلته، وتحديد الاختيار الموفق لموضوعه، وهو ما يطلق عليه بلغة الصحافة بمصطلح- علم الأسلوب الإحصائي- في الصحافة والكتابة بأنواعها، وهذا الأسلوب هو أحد مجالات الدراسات، اللغوية الأسلوبية المعاصرة.

ولابد من الإشارة بشكل سريع، إلى الذيول المرتبطة بفن التحرير الصحفي، وكما هو معلوم فأن كتابة النص الصحفي تجرى بأسلوب- النثر- ولكن أين موقعه من أنواع النثر المختلفة ؟ وما هي سماته التعبيرية ؟

١- لقد عرف النقاد العرب- النثر- بأنه الكلام المرسل وغير الملتزم بقيود الوزن والقافية، وقسموه إلى ثلاثة أنواع هي:

- النثر العادي، وهو الذي يستخدمه عامة الناس في لغة تخاطبهم اليومية دون أن يحفلوا به تفكيراً وزخرفاً، وإنما يرسلونه مباشرة، ولمجرد التعبير عن حاجاتهم المختلفة.

- النثر العلمي: وهو الذي تصاغ به الحقائق العلمية، لمجرد إبرازها والتعبير عنها بمصطلحات علمية بحتة ومن دون عناية بالناحية الفني

- النثر الفني: وهو الذي يرتفع به أصحابه عن لغة الحديث العادية ولغة العلم الجافة، إلى لغة فيها فن ومهارة وروية جمالية، ويوفرون له ضروباً من التنسيق والزخرف، ويختارون ألفاظه، وينسقون جمله، وينمقون معانيه، فيكون للنثر الفني بهذا المعنى، لون جميل في التعبير عن خلجات النفس وومضات العقل ونظرات الشعور التي تستخدم ألواناً من الطاقات الفنية المختلفة وبما توفره الفنون الأخرى، كالموسيقى والرسم والشعر، ومختلف ضروب المتاع الفني، لكن التحرير الصحفي في عصرنا انتمى إلى نوع رابع من النثر، أضافه أساتذة الصحافة والأدب إلى أنواع النثر التقليدية التي مر

ذكرها (العادي، العلمي، الفني) وأطلقوا عليه اسم النثر العملي أو النثر الصحفي، وقد برز هذا النوع من النثر في أوائل القرن التاسع عشر حينما ظهرت الصحافة العربية إلى الوجود، وقالوا عنه أن هذا النثر يقف في منتصف الطريق بين النثر الفني وبين النثر العادي، وهو ما يؤكد على أن التحرير الصحفي عملية كتابية لها من النثر العادي جماهيريته وألفته وسهولته وبساطته ومباشرته وشعبيته، وله من النثر الفني حظه من التفكير وحظه من عذوبة التعبير، وانطلاقاً من هذا المفهوم للنثر العملي أو الصحفي، فقد أطلق بعض أساتذة الصحافة على لغة الصحافة وصف- الأدب العاجل- ووصفها البعض الآخر بأنها غير خالدة.

الفصل الثالث

فن التحرير الصحفي

التحرير الصحفي: هو المحور المركزي الذي تنطلق منه، وتدور حوله معظم الدراسات والسياسات التحريرية والكتابات والأخبار والأحاديث والمراسلات والمقابلات والسجالات والفعاليات الصحفية في مختلف المواضيع والنشاطات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والمعلوماتية- الصالحة والطالحة- ومعظم عمليات تحليل المعلومة وفنون كتابتها، ومجمل مكونات البنية التحتية لفنون التحرير الصحفي، وما يتطلبه من المزاوجة بين المعارف النظرية والتجارب العملية والمهارات المهنية في هذا المجال.

إن الصحافة كما هو معلوم- علم وفن- قائم بذاته، ويعتمد على الابتكار والإبداع والموهبة الفطرية من الناحية الفنية، أما من الناحية النظرية فهو علم يقوم على قواعد وأسس علمية منهجية، تتطور وترتقي مع تطور الحياة في حركتها الشاملة لمجالاتها المختلفة.

والتحرير الصحفي- كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة- هو العملية اليومية أو الأسبوعية، حسب دورية الإصدار، التي يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة الفنية، والكتابة الصحفية، أو المعالجة لمضمون المادة الصحفية، أو المعلومات، التي جمعها من المصادر المختلفة، في الأشكال، أو القوالب الصحفية المناسبة، والمتعارف عليها، ثم المراجعة الدقيقة وإعادة الصياغة لها، وتبدأ عملية التحرير الصحفي فور عملية الكتابة الصحفية، فالمحرر يكتب المادة، في الشكل، الذي اختاره بنفسه، وقد يكتب المحرر، ويراجعه المحرر المسؤول، أي يحرر ما كتبه، وقد تبدأ العملية وتنتهي مع المحرر، الذي يقوم بالعمليتين معاً، الكتابة Writing، والتحرير Editing، وتعني كلمة تحرير editing إعداد كتابات الآخرين للنشر، ومنها جاءت كلمة Editor، أي محرر، أو رئيس تحرير، والمحرر الصحفي الناجح هو، الذي ينجح في الكتابة، بلغة صحفية مناسبة وجيدة، مما يجعل هذا النص الصحفي، خبراً كان، أو موضوعاً، لا يحتاج إلى عملية تحرير

جديدة، تتضمن المراجعة، وإعادة صياغة بالحذف، أو الإضافة أو تغيير الأسلوب، أو البناء الفني للنص.

والتحرير الصحفي، أو فن الكتابة الصحفية كفن كتابي يختلف عن فن الكتابة العلمية، حيث تعتمد الأخيرة على المصطلحات العلمية، أو الفنية المحددة الدقيقة، التي قد لا يفهمها، إلا أصحاب التخصص الدقيق، كما تختلف عن الكتابة الأدبية، التي تعتمد على الخيال، والبلاغة اللفظية، والاستطراد وتخاطب مشاعر المستقبل، وتتوجه إلى قارئ، يبحث عن متعة جمالية وفكرية.

بينما يعتمد التحرير الصحفي، على الأسلوب العلمي الأدبي، أو اللغة الوسطى، التي يسميها البعض، باللغة الصحفية، أو اللغة الإعلامية، ذات الأسلوب الصحفي أو الإعلامي، الذي يفهمه قارئ الصحيفة العادي، وذات الأشكال، أو القوالب الفنية المتميزة، التي يتم، من خلالها، نقل المضمون الصحفي.

أسلوب التحرير الصحفي:

الواقع الصحفي يقول: إن هناك أسلوباً صحفياً أو أسلوباً معيناً، له سمات التحرير الصحفي، وينبع هذا الأسلوب من عدة محددات تتعلق بطبيعة الصحافة، كوسيلة اتصال من حيث حجم الصحيفة والمساحة المحدودة وجانبها التقني وطبيعة دوريتها أو توقيت إصدارها الذي يقتضي السرعة والاختصار والتركيز، وبوظيفتها العامة، وهي التعبير عما يحدث في الحياة اليومية والتي يطلق عليها الوظيفة الإخبارية- كوظيفة أساسية- إذ تقوم بنقل الأخبار إلى كل فئات الرأي العام.

ويتخذ التحرير الصحفي أشكالاً أو قوالب خاصة، لها قواعدها المتعارف عليها، وفي النهاية يخرج المقال الصحفي بأنواعه المختلفة ووظائفه المتنوعة، وله تصميماته المختلفة، وفي أحيان كثيرة مع الصور والرسوم المناسبة المختارة[1].

---

(١) د. عبد العزيز شرف: الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر، ٢٠٠٠م.

معايير التحرير الصحفي:

على المحرر الصحفي سواء كان صحفياً في الميدان أو محرراً في الدسك أن يراعي عدداً من المعايير وهي تعتمد على الحاسة الصحفية المتباينة بين الصحفيين ومن بينها:

١- حقيقة.. أن تكون المادة حقيقية وليست خيالية.. أي إنها مادة تعتمد على الواقع الملموس والمحسوس والبعيد عن التناقض، الإشارة إلى إنها شائعة، وإنها متوقعة، أو أن هنالك وجهتي نظر.. وإذا وقع في خطأ فعليه تصحيحه في العدد الثاني والإشارة إلى المصدر.. يتجنب تصديق كل ما يرد ويتجنب أيضاً تكذيب كل ما ورد أو الشك فيه.

٢- دقيقة.. الدقة مهمة في التحرير الصحفي بحيث يتجنب التهويل والتهوين في الأشخاص أو الأحداث.. والدقة في الكوارث مطلوبة بل واجبة.. وليس عيباً مصارحة القراء أن المحرر في انتظار معلومات دقيقة أفضل من نشر معلومات كاذبة باسم السبق الصحفي، ومصارحة القراء بكل الاحتمالات والتوقعات، ولابد من الدقة في القضايا المنظورة أمام المحاكم لأن الصحافة قد تشكل رأي عام ضاغط على الهيئات القضائية وهنا لابد من رصد الوقائع في المحاكم دون رأي.

٣- الحياد لأن الصحافة تتعامل مع الحقائق وليس مع الآراء وخصوصاً مع الأخبار والتقارير والتحقيقات وسائر الفنون الصحفية عدا المقال والتصريحات لابد أن توضع كما هي ويتحمل مسؤوليتها من صرح بها كما أن عنوان التصريح يجب أن يكون منه دون أي تصرف ويجب التفرقة بين الإعلان والإعلام فقد يرد من بعض المؤسسات والشركة

مادة إعلانية على شكل خبر ولابد للصحفي أن يضع هذه المادة في خانة الإعلانات المدفوعة.

٤- الرقي "ولابد للمحرر من أن يكون راقياً ومهذباً في أسلوبه.. حتى ترتقي بالقارئ وبذوقه وفكره ونظرته للحياة، إن التعبير اللغوي الراقي المهذب لا يعني عدم تصوير جوانب الشر والقبح في المجتمعات إذ لا بد إن يعرف القارئ كل وجوه المجتمع ولكن هذا النشر لا يعني تمجيد الشر (الجريمة الإرهاب، عدم الإدانة قبل صدور الحكم، أي عدم التشهير ونشر البراءة مثل نشر الاتهام).

٥- الاهتمام.. إثارة اهتمام القارئ وجذبه إلى ما ينشر إذ أن ذلك يؤثر على التوزيع، لابد أن يتميز أسلوب التحرير الصحفي بالسلاسة والرشاقة والجاذبية والإيجاز، ولابد للمحرر الناجح حتى يكون متفوقاً من القراءة ثم القراءة وبعد ذلك تأتي مرحلة التحرير أو الكتابة.

ثوابت التحرير الصحفي:

١- الاتصال المباشر بموقع وشخصيات الأحداث يثري التحرير الصحفي.

٢- الفنن الصحفية الشكلية أو المتصلة بالشكل هي فنون مرتبطة مع بعضها البعض ففي فنون التحرير الصحفي لا يمكن الاستغناء عن الصورة لصالح الكلمة ولا عن الخط لصالح الحرف ولا عن اللون لصالح الفراغ الأبيض فهي فنون مرتبطة ببعضها بعضاً وتجسد المضمون وتخدم أهدافه.

٣- فنون الكتابة الصحفية هي أيضاً فنون مرتبطة ببعضها ففي الخبر بعض سمات الحديث وفي التحقيق بعض سمات الخبر ومثلما ترتبط

فنون الشكل مع بعضها فان فنون التحرير هي أيضاً مرتبطة مع بعضها.

٤- هنالك أيضاً علاقة قوية بين الفنون الصحفية المرتبطة بالشكل والفنون الصحفية المرتبطة بالمضمون، فالمضمون الجيد يحتاج إلى إخراج جيد لإبرازه والخلل في التوازن بين جودة المضمون وجودة العرض يقلل من قيمة تحرير المادة الصحفية.

٥- أهمية ودور الصورة والرسم والخريطة في التحرير الصحفي حيث أنها تكسب المادة المكتوبة فاعلية وأهمية ومصداقية.

٦- من ثوابت تحرير المادة الصحفية معرفة الكثير عن تفاصيل الموضوعات من خلال مراكز المعلومات الصحفية وأرشيف الصور.

٧- لا بد من الالتزام بالموضوع الذي يتناوله المحرر الصحفي وعدم القفز من موضوع لآخر حتى لا يتحول إلى ثرثرة.

٨- احترام سمعة الآخرين وعدم تدمير حقوقهم.

٩- التعامل مع تحرير المادة بالدقة والحذر من الوقوع في الأخطاء والقذف.

١٠- التفريق بين الإثارة الموضوعية والإثارة الرخيصة مثل الكذب وخدش الحياء وبذاءة الأسلوب.

١١- كل ما يكتب في الصحافة له عنوان ويجب الاهتمام به وبقواعد صياغته وتحريرها.

١٢- الكتابة بأسلوب الارتجاع الفني فالمقدمة يجب إن تحتوي أهم ما في الموضوع ثم تأتي التفاصيل التي تدعم ما ورد في المقدمة.

استخدام المقدمة والخاتمة في التحرير الصحفي:

أولاً: المقدمة هي المدخل الذي يحاول الصحفي من خلاله جذب انتباه القارئ لقراءة الخبر ثم دفعة لقراءة جسم الخبر والمقدمة هي فقرة مركزة أو عدد قليل من الفقرات التي يمكن أن تقدم تلخيصاً لأهم جوانب الحدث بحيث لا تشتت بفكر القارئ لوجود معلومات كثيرة وان تكون متناسبة مع حجم الخبر ومع مضمونه، والمقدمات أنواع منها:

- **تلخيصية**: يقدم فيها الصحفي أهم المعلومات التي حصل عليها من جوانب الحدث المختلفة وهي أسهل أنواع المقدمات، من سلبياتها يكتفي القارئ بقراء المقدمة دون الخبر.
- **مقدمة مقتبسة**: من إحدى التصريحات أو الأقوال التي تضمنها الخبر.
- **مقدمة التساؤلات**: يطرح الصحفي تساؤلات يشكل حجم الخبر إجابات عليها وهي تستخدم في حالة وجود إجابات على تساؤلات مطروحة.
- **مقدمة الحوار** وهي الاستفادة من التعارض في أقوال المصادر في خلق جو درامي يجذب انتباه القارئ لقراءة الحدث مقدمة وصفية تقدم وصفاً للمكان أو الظروف المحيطة التي وقع فيها الحدث.

ثانياً: المتن وجسم الخبر: وهو يتكون من عدد من الفقرات طبقاً لطول الخبر وإلى أهميته وان تكون مرتبة طبقاً لأهميتها.

ثالثاً: الخاتمة ليست كل الإخبار بحاجة إلى خاتمة فالأخبار الطويلة المركبة التي تتضمن الكثير من الحقائق هي التي تحتاج إلى هذه الخاتمة.

ويمكن أن تقدم على أحد الأشكال التالية:

- خاتمة تلخيصية: وهي تلخص للقارئ أهم الحقائق التي تضمنها الخبر أهميتها تكمن في أنها تذكر القارئ بأهم الحقائق التي ذكرت في الخبر.
- خاتمة تفسيرية: وهي التي يقدم من خلالها الصحفي تفسيراً للحدث أو لأهم حقائقه.
- خاتمة الخلفية وهي التي تشير إلى جذور الحدث وتعطي معلومات يمكن أن تفيد القارئ في فهم الحدث.

الفصل الرابع

فن الخبر الصحفي

الخبر قديم قدم البشرية، وهو الركيزة الأساسية لكل عمل إعلامي، ولكل جريدة، ويمكن للصحيفة اليومية أن تستغني يوماً عن التعليق أو التحقيق أو غيرهما لكنها لا تستطيع أن تستغني أبداً ولو ليوم واحد عن الخبر.

فالأخبار تمثل جانباً مهماً في عالم الإعلام في عالمنا المعاصر، وتبقى على الدوام السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم ذلك الكم الهائل منها الذي تتجاذبه وسائل الاتصال بمختلف أشكالها.

يمثل (الخبر) عنصراً أساسياً في تلك العملية الإعلامية، سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي.

والخبر الصحفي هو كل خبر جديد من شأن نشره أن يثير اهتمام الجمهور الواسع من القراء.

والخبر هو أول ما يثير اهتمام القارئ قبل الأجناس الصحفية الأخرى كالتعليقات أو التحقيقات أو غيرها.

والخبر الصحفي يرشد ويوجه ويعلم القارئ.

ويقتصر الخبر على العناصر الرئيسية فقط، ومن الصعب أن يحمل الخبر كل تفاصيل وجزئيات وتفسيرات الحدث، ويرتبط حجم التفاصيل والجزئيات الضرورية بطبيعة الحدث وعلاقة القراء بهذا الحدث، من حيث قربه منهم وقدرتهم على استيعاب وفهم هذه التفاصيل والجزئيات.

فالخبر هو إذن تلخيص لحدث يقع عليه الاختيار لتبليغه إلى القراء، ويجيب الخبر على التساؤلات التالية:

- من؟: هو الذي قام بالفعل أو يدور حوله الخبر.
- ماذا؟: هو الفعل، ماذا حدث؟
- متى؟: التوقيت الزمني، وهو مهم جداً لتحديد الفترة التاريخية للحدث.
- أين؟: المكان، وهو مهم جداً أيضاً لتحديد مكان وقوع الحادث، ويجب التدقيق في المكان كلما كان الحدث قريباً من القارئ، فقد نكتفي بذكر البلد إذا

كان الحدث أجنبياً، ونكتفي بذكر المدينة إذا كان الحدث وطنياً، ونصل إلى حد ذكر الشارع والقرية إذا كانت الصحيفة محلية أو كان اهتمام القارئ يتطلب ذلك، (أحداث فندق آسني بمراكش).

- لماذا؟: أسباب الحدث، وقد لا تكون الإجابة متاحة، أي قد لا يكون من السهل إعطاء سبب الحدث.
- كيف؟: ظروف الحدث: وقد لا يكون من الضروري الإجابة دائماً على هذا التساؤل.

إن صناعة الأخبار وأساليب إعدادها وإخراجها قد شهدت تطوراً كبيراً في سنوات العقد الأخير من القرن الماضي، وقد امتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوالبه والشكل الذي يصل به إلى المتلقي.

لذلك فقد أولى الباحثون، ومازالوا، هذا الموضوع أهمية خاصة انسجاماً مع تلك التطورات الكبيرة التي تشهدها الصحافة في نظرتنا إليها كعلم وفن وصناعة.

تعريف الخبر:

هو تلخيص أو تكثيف لحادثة معينة يراد الكلام عنها وإيصالها إلى الناس.

هو شكل من أشكال التغطية الصحفية للأحداث اليومية بهدف إطلاع الجمهور على آخر المستجدات.

أو هو التغطية الخبرية للحدث، أو هو عملية الحصول على بيانات وتفاصيل حول حدث معين.

هو حدث أو معلومة يتميّز بالجدة، وينقل حادثة مكان وزمان ما قريباً من موقع صناعة الخبر، أو أن يتميز بالغرابة أو الدهشة أو يثير الفضول، ويجيب عن الأسئلة الستة الشهيرة (من- ماذا- متى- أين- كيف- لماذا) وهو بمثابة العمود الفقري لكافة الوسائل الإعلامية لأنه يحمل في ثناياه الجديد والمتجدد من الوقائع وينقل توضيح وتفسير الأحداث.

وهو تقرير عن حدث:

١- مهم: له صلة ما بحياة المتلقي ويمكن أن يؤثر عليه بشكل ما.

٢- حقيقي: نقل صادق وصحيح عن الحدث أو الواقعة.

٣- جديد: أي حدث لم يعرف من قبل أو زاوية جديدة في حدث قديم.

وكلمة خبر باللغة الإنجليزية (News) وكل حرف فيها يمثل اتجاهاً من الاتجاهات الأربعة:

- (N) تعني الحرف الأول من كلمة الشمال (North)
- (E) تعني الحرف الأول من كلمة الشرق (EAST)
- (W) تعني الحرف الأول من كلمة الغرب (WEST)
- (S) تعني الحرف الأول من كلمة الجنوب (South)

ولابد أن نفرق بين:

أ) الخبر: نقل صادق وموضوعي للوقائع دون تدخل ذاتي.

ب) الحكم على الخبر: إصدار أحكام مثل سيئ/ جيد/ غير مقبول/ رهيب/ تافه.

وأشهر تعريف للخبر الصحفي هو ما ورد عن الصحفي الأمريكي (جون بوجارت) إذا عض كلب رجلاً فهذا ليس خبر.. ولكن عندما يعض إنسان كلباً فهذا هو الخبر.

وعموماً لا يوجد تعريف موحد للخبر الصحفي حول العالم، ذلك أن مفهوم الخبر شيء مختلف من عصر لآخر، أي أن المفهوم السائد في القرن التاسع عشر ليس كالخبر السائد في القرن العشرين، كذلك الحال بالنسبة للخبر في الدول المتقدمة الذي يختلف كثيراً عن الخبر في الدول النامية أو المتخلفة، كذلك الوضع بالنسبة للدول الليبرالية والدول الاشتراكية.

فالخبر عند الليبرالية يرتكز على عنصر الإثارة وهو تعبير موضوعي عن الفلسفة الليبرالية التي سادت الحياة السياسية والاجتماعية في أوروبا والولايات

المتحدة الأمريكية، وهو رد فعل طبيعي لدور الفرد في الفلسفة الليبرالية واعتباره خير حكم على الأفعال التي تعود عليه بالنفع.

أما مفهوم الخبر في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية فقد قدمه لنا (ادجار ديل) الذي عمل فترة طويلة مستشاراً وخبيراً في الصحافة بهيئة اليونسكو، فهو يعرف الأخبار بمدى تأثيرها علينا حيث هي أحياناً تلبي رغبتنا في العلم بالشيء، وتذكرنا في الماضي أو تفرض علينا مشكلة أو سراً أو حالة مضطربة وهي تمكننا من معرفة حقيقة مشاعرنا الداخلية نحو أهداف الآخرين.

أما الفكر الاشتراكي الذي يقوم على الفكر الماركسي، فإن مفهوم الخبر مرتبط بمفهوم الصحافة الماركسية وهي تعني عملية التقاط المعلومات الاجتماعية وتنقيحها ونشرها، ومن هذا فإن الصحافة تخدم طبقة من طبقات المجتمع، وبذلك يكون الخبر "النوع الرئيسي في الإعلام الصحفي والأساس المكون للصحافة وهو الذي يقوم بنقل معلومات معينة بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة أو يعكس أحداثاً بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة.

أما المفهوم العربي للخبر فهو الكلام الذي يحتمل الصدق والكذب، وهذا هو التعريف السلفي للخبر وهو التعريف الضال له، لأن الخبر يجب أن لا يحتمل إلا الصواب وإلا لفقد مكانته كخبر، وواجبنا هنا أن نقوم بصياغة مفهوم جديد للخبر يلبي مطالبنا كشعوب نامية تريد التقدم والنمو.

أما الدول النامية فإنهم الجمهور الذي يختار أحد المفاهيم الثلاث الأولى ويضعه لنفسه، وهذا قمة الخطأ أن تفرض سياسة أو أسلوب على أرض أو محيط أو شعب أو عادات وتقاليد.

وتساعدنا دراسة الخبر على إتقان الكتابة وفق الأساليب الصحفية المتبعة وصقل وتشجيع مواهبنا وتأهيلنا للعمل في الحقل الصحفي بمهارة وكفاءة وتميز، وسر النجاح فيها حضور البديهة وطول المراس والتدريب والتجربة الميدانية، ويعد الخبر الصحفي بأنواعه من أقوى وسائل التأثير على الرأي العام خصوصاً إذا اتصف بالسبق الصحفي إزاء حادثة ما.

وتعج الحياة بالكثير من القضايا والقصص والوقائع والأحداث المتجددة والصحفي المتمرس الناجح الذي يمتلك ملكة إبداعية يستبعد النوافل التي لا تهم القارئ، ويحاول الحصول على الحدث الأهم والأحدث.

مصادر الخبر:

الصحفي لا يخلق الأخبار ولا يفتعلها، بل يحصل عليها من مصادر عديدة ومتنوعة، وكلما كانت علاقاته واسعة ومتنوعة كلما كانت حظوظه كبيرة في الحصول على أخبار متنوعة وهامة.

ويقصد بمصادر الخبر الصحفي الأداة التي تحصل عليها الصحيفة أو المجلة على الخبر الصحفي، وهذا المصدر قد يكون شخصاً مثل كبار الشخصيات الرسمية والشعبية أو نجوم الحياة الاجتماعية أو كبار الشخصيات الاجتماعية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحية، وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية، فلكل صحيفة مصدران للخبر هما:

١- المصادر الذاتية: وهي تلك المصادر التي تعتمد فيها الجريدة على هيئة تحريرها في الحصول على الأخبار مثل المندوب الصحفي والمراسل الخارجي، والصحفي نفسه هو أهم مصدر للصحيفة وقد يكون مندوباً أو مراسلاً محلياً أو مراسلاً خارجياً وله قنوات يستقي منها الخبر، مثل:

أ- وكالات الأنباء: المحلية والإقليمية والدولية.

ب- المصادر الأخرى:

* متخصصون: في العلوم والسياسة والاقتصاد والتربية والزراعة والتسليح وهم خبراء لديهم المعرفة العلمية والفنية في مجالاتهم.
* الأشخاص الرسميون: وهم كل من يتولى منصباً حكومياً كالوزراء وأمراء المناطق، وهم المسؤولون في كل المواقع: في الشرطة/ الدفاع المدني/ الجوازات/ الهلال الأحمر/ الأمارة/ البلدية.

- دوائر المال والاقتصاد: البورصة/ البنوك/ المراكز التجارية.
- الجمهور العام في كل المواقع.
- وسائل الإعلام الأخرى: صحف- مجلات- تلفزيون- إذاعة- شبكات معلومات (إنترنت).
- مراكز البحوث والجامعات وما يصدر عنها من وثائق.

٢- المصادر الخارجية: ويقصد بها تلك المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة من غير هيئة تحريرها مثل وكالات الأنباء والاتفاقيات الخاصة والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية.

ويجب أن نعرف أن هناك فرق بين مصادر أخبار الصحيفة ومصادر أخبار المندوب، فإذا كان المندوب الصحفي هو أحد مصادر الأخبار للصحيفة فإننا يمكن أن نميز بين مصدرين للخبر هما:

أ- مصادر أخبار الصحيفة: وهي تسمى في بعض الحالات مسالك الأخبار وذلك للتفرقة بينها وبين مصادر أخبار المندوب الصحفي، وهذه المسالك تضم إلى جوار المندوب الصحفي كل من المراسل الخارجي ووكالات الأنباء والصحف والإذاعات والاتفاقات والإعلانات ورسائل القراء.

ب- مصادر أخبار المندوب الصحفي: وهي تضم كبار الشخصيات الرسمية والشعبية والمحلية والأجنبية ونجوم الحياة الاجتماعية.. بالإضافة إلى الوزارات والمؤسسات والهيئات العامة والخاصة والبيانات والنشرات والخطب والمؤتمرات الصحفية واللجان الرسمية والشعبية والمهرجانات السياسية للأحزاب والحفلات العامة والخاصة والمناسبات القومية والدينية.

عناصر الخبر:

عناصر الخبر (مقاييس تقييم الخبر) هي مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر، وليس كل خبر يأتي به المحرر مهماً، ولذلك فإن كثيراً من الأخبار لا يرى النور، الخبر المهم هو الذي يرتكز على مؤهلات نشر ويقرر الصحفي اختيار بعض

العناصر التي يختار على أساسها الخبر ولا يوجد اتفاق تام حول هذه العناصر إلا أننا يمكن أن نرصدها في:

١- التوقع Anticipation: أي نشر خبر يتحدث عما سيحدث في المستقبل مما يهم القراء، إذ أن جانب كبير من أهمية الخبر يكمن في مدى ما يثيره هذا الخبر من نتائج وتوقعات في نفس القارئ.

٢- الصراع Conflict: من الغرائز أن يتصارع الأفراد من أجل المال أو السلطة وتتصارع الدول على الموارد والنفوذ كل هذه العوامل تجذب القراء لما فيها من إثارة وانتظار الفائز والمنهزم والنتيجة.

والخبر الصحفي الذي يحتوي على الصراع هو الأكثر انتشاراً وسيطرة، والمقصود بالصراع هنا هو ذلك الشيء الذي يضيف إلى الخبر عنصر الدراما.

٣- الحالية Timelinss: أي نشر الخبر وقت حدوثه ما أمكن نظراً لعصر السرعة في نقل الأخبار مع الحرص على الدقة.

٤- الغرابة Oddity: يحب الناس كل غريب وغير مألوف (إذا عض كلب رجلاً فهذا أمر عادي، أما إذا عض رجل كلباً فهذا أمر غير عادي)، فكلما كان الخبر يحتوي على بعض الطرائف استحسنه القارئ، كذلك فإن الخبر الغريب والممنوع مرغوب عند القارئ.

٥- القرب Nearness: قد يكون قرب مكاني متصل بحي أو مدينة أو الوطن كله أو قرب نفسي مع بلدان تربطنا بها علاقات معينة.

٦- الشهرة Prominence: تتصل ببطل القصة الأخبارية ومكانته في المجتمع سواء كان شخصاً أو مكان أو زمان كشهر رمضان وأيام الأعياد أو العطلة الصيفية/ أو لشيء/ من الناحية التاريخية أو السياسية أو العلمية.

فخبر عن رئيس دولة أو زعيم حزب أو مدير دائرة أكثر انتشاراً لدى القارئ من خبر عن شخص لا يعرفه أحد، أي كلما كان المهدوف لدى الخبر أكثر شهرة كلما كان الخبر أكثر انتشاراً.

٧- الأهمية Importance: عنصر الأهمية في الخبر هو ناتج عن اتحاد مجموعة من العناصر الأخرى فاتحاد عنصر الشهرة مع عنصر الضخامة قد يؤدي إلى خلق عنصر جديد هو عنصر الأهمية، وتأتي من اهتمام أكبر عدد من الجماهير بالخبر وحاجتهم الشخصية لمعرفته (خبر اقتصادي أو سياسي أو ثقافي أو علمي)، أي عندما يتضمن الخبر معلومات تمس شريحة كبيرة من المجتمع مثل خبر الحج بالنسبة للمطوفين مثلاً، وعلى الأهمية يتوقف تحديد العناية التي يحظى بها الخبر في الصحيفة (الحيز والصفحة والمكان من الصفحة.. الخ)، وتلعب الخبرة وعمق التجربة دوراً كبيراً في يقظة الصحفي لتحديد أهمية الخبر.

٨- سياسة المؤسسة The Policy: قد يكون أسلوب المؤسسة الصحفية محافظاً أو ميالاً إلى الإثارة والسياسة العامة والإعلامية في دولة كالمملكة العربية السعودية مثلاً تجعل اختيار الأخبار مختلفاً عن دولة أخرى لا يقوم نظامها على الشريعة وهكذا.

٩- الحجم Size: الخبر الضخم هو ذلك الخبر الذي يثير اهتمام أكبر عدد من القراء، ويعني أن الخبر له صلة ويمكن أن يمسّ مصالح عدد كبير جداً من الناس مثل الأجور والأسعار أو حدث يذهب ضحيته مئات الأشخاص.

١٠- الأخلاق العامة والذوق العام: لابد من مراعاة القيم والتقاليد والأخلاق التي تسود المجتمع وتشكل حياة أفراده فلا يجب أن يتصادم اختيار الخبر مع هذه الثوابت.

١١- الفائدة Benefit: ينتظر الناس ما يعود عليهم بالنفع مادياً أو معنوياً وقد تكون الفائدة لشخص يهم القراء.

١٢- التوقيت: لكل خبر توقيت مناسب له والخبير الصحفي هو الذي يعرف متى يختار الوقت المناسب للخبر الذي بين يديه دون أن يفقده عنصر المفاجأة والتشويق.

١٣- التشويق: الخبر المشوق هو ذلك الخبر الذي يدفع القارئ لقراءة تفاصيله للوقوف على تطوره.

١٤- المنافسة: ومن ألوان الدراما في الحياة الإنسانية أيضاً هناك المنافسة وهو الأمر الذي يتحقق في أخبار المسابقات والمباريات الرياضية وغيرها من ألوان المنافسة التي تجذب اهتمام القارئ بالخبر.

١٥- الاهتمامات الإنسانية: العنصر الإنساني في الخبر هو ذلك العنصر الذي يثير أو يحرك العواطف الإنسانية عند القارئ سواء بالحب أو العطف.

١٦- الإثارة: أي كلما كان الخبر مثيراً كلما كان مهماً.

وفي كثير من الكتب المنهجية التي تدرس في المعاهد والجامعات في العالم تباينت عناصر أو شروط الخبر فقد ذكر الألماني كاسبر ستيلر في عام ١٦٩٥ العناصر التالية:

١- الجد والطرافة.
٢- قرب المكان.
٣- التأثير.
٤- الأهمية.
٥- السلبية.

ومن أكثر الدراسات التي تناولت عناصر الخبر جدلاً هو ما ذهب إليه كالتونك وماري روج في الدراسة التي نشرت في كتاب (صناعة الأخبار) لمؤلفيه كوهين وبونك.. وهذان الباحثان النرويجيان يريان أن هناك احتمالاً أكبر لنشر الأحداث إذا كانت تلبي أياً أو بعض أو عدة معايير من المعايير الآتية:

١- نسبة الحدث: وهي تتعلق بالوقت الذي يستغرقه وقوع الحدث بشكل يتناسب مع وقت الوسيلة الإخبارية فحادث اغتيال مثلاً أكثر جدارة صحفية من تقدم بطئ لأحد بلدان العالم الثالث.

٢- الضخامة: كلما كان الحدث أكبر كان أفضل وكلما كان دراماتيكياً كلما زادت قوة تأثيره وتحقيقه لما يسمى باندفاع الجمهور.

٣- الوضوح: كلما كانت الأحداث واضحة ومحددة كلما سهل على الجمهور ملاحظتها وسهل على المراسلين التعامل معها.

٤- الألفة: وهذه الخاصية الخبرية تتعلق بالجماعة وبالقرب الثقافي وبما يتناغم مع الجمهور المتلقي فالأشياء القريبة منا تعنينا أكثر من سواها.

٥- التماثل: هذا يعني درجة التقاء الأحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته.

٦- الدهشة المفاجأة.. لابد أن يكون الحدث مفاجئاً وغير متوقع أو نادر ليكون الخبر جيداً.

٧- الاستمرارية: وهذه الخاصية تفترض أن يكون الخبر جديداً ليقع في عناوين الصحف ونشرات الأنباء وان تستمر جدارته الصحفية حتى عندما تتضاءل ضخامته.

٨- التشكيل/ التركيب: إن الحاجة في تحقيق التوازن في نشر الأخبار تجعل المحرر أو الناشر بطرح بعض العناصر المتناقضة، مثل نشره بعض الأخبار المحلية إذا كانت غالبية الأخبار المنشورة في الصحيفة هي أخبار خارجية أو أن ينشر بعض الأخبار الحقيقة والمشوقة إذا كانت نسبة الأخبار التي تبعث على التشاؤم عالية.

وفي كتابة المشهور الرأي العام الذي صدر عام ١٩٢٢ ذكر وولتر ليبمان العناصر التالية:

أ- وضوح الحدث.

ب- الغرابة والدهشة.

ج- القرب الجغرافي.

د- التأثير الشخصي.

هـ- الصراع.

وقد سرد الباحثين العناصر الأساسية المعتمدة في صحافة العالم الثالث والتي تؤكد على التنمية الاقتصادية والثقافة الوطنية وإبراز صورة مشرقة عن العالم الثالث وهي:

١- التنمية.

٢- المسؤولية الاجتماعية.

٣- التكامل الوطني.

٤- التثقيف.

٥- قرب المكان.

٦- الاهتمام الشخصي.

وتتجلى هذه العناصر في طريقة عرض الأخبار في صحافة العالم الثالث حيث يتم إبراز الأخبار الايجابية وإنشاء المشاريع والمصانع وحملات التطعيم ضد الأوبئة ومحو الأمية ونشاطات زعماء هذه الدول.. كما يتم حجب أخبار العنف والجريمة والفساد والفضائح والسياسات الخاطئة.

ومن الناحية العملية فهناك عناصر أساسية تدخل في تشكيل بنية الخبر وتتكامل داخل هيكله العام بشكل متجانس يعطي خبراً وهي:

١- أن يكون الخبر حقيقياً أي وقع فعلاً:

يجب أن يكون الخبر صادقاً، ويجب تحري مصداقية الخبر، أي مصداقية مصدر الخبر قبل النشر، لأن على هذه المصداقية تتوقف العلاقة مع القراء.

وبهذا يجب أن تكون المعلومات والوقائع والأسماء والأمكنة والتواريخ والأشخاص أو المؤسسات التي يتناولها الخبر دقيقة بأقصى ما يمكن وان أي خلل في إيراد الواقعة الإخبارية من حيث دقتها يزلزل الخبر أساساً وينسف الثقة لدى الشخص المتلقي بالجهة التي أوردت الخبر.

وهناك حالات يجوز فيها عدم قول كل الحقيقة لاعتبارات إنسانية أو أخلاقية أو وطنية.

٢- أن يكون مثيراً أو يهم أكبر عدد ممكن من الناس:

وهذا يعني إن الخبر لا يعطي الوقائع أو الحقائق جامدة أو بلغة روتينية بل انه يهتم بالملامح المشوقة بخصوص الوقائع التي ينطوي عليها.. ولكي تهم الأخبار أكبر عدد ممكن من الناس يفترض أن تعبر بالدرجة الأولى عن مصالحهم أو أفكارهم أو

عواطفهم وعليه يجب أن تكون الأخبار واقعية تتضمن حقائق ملموسة صلبة قاطعة لكي تكسب اهتمام الناس.

٣- **أن تكون لغته بسيطة وموجزة لكنها متينة البناء:**

إن هذه الميزة ضرورية للأخبار بما يجعلها قريبة إلى مدارك الناس وعقولهم وعلى العموم فان الصحفيين يكتبون بلغة يفهمها خريج الدراسة المتوسطة كمعدل.

٤- **الجدة أو الحداثة:**

إن عنصر الجدة أساسي للغاية في الأخبار فهي/ أي الأخبار/ تفقد ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة وتمثل الجدة في الأخبار عنصر استقطاب اهتمام الشخص المتلقي (قارئ، مستمع، مشاهد).

وفي جو تنافسي بين الصحافة في الداخل أو مع الصحافة العربية والأجنبية يكون عنصر الجدة ذا أهمية قصوى لكسب التنافس فالشخص المتلقي يهمل طبعاً الصحيفة أو الإذاعة التي تقدم له أخباراً واردة ومعروفة.

لغة الخبر... الأسئلة الستة:

الخبر في جوهره، هو الجواب عن الاستفهامات الستة: ماذا- من- متى- أين- لماذا- كيف، والتي يتغير موقعها من خبر إلى خبر.

إن كتابة الخبر الصحفي، لم تخضع لتطور تقنيات السرد والحكي فقط، بل خضعت إلى مجموعة من الاعتبارات، التي ساهمت بهذا القدر أو ذاك في ظهور أشكال وتقنيات جديدة في كتابة الخبر الصحفي، حيث لا يمكن أن نروي ما جرى، وما حدث، في قالب خبر صحفي، بنفس الطريقة العفوية، التي تروى بها السير والملاحم، وبنفس الإطناب والتسلسل، الذي يكتب، أو تقص به القصص الأدبية، التي تجعل القارئ، أو المستمع، لا يعرف حقيقة ما ينقل إليه، إلا عند نهاية القراءة، أو الاستماع، ولا يدري أين هو الأساسي من الثانوي في القصة، لأنها متداخلة بدون تميز ولا موازنة.

وهناك من يلخص بناء الخبر على النحو التالي: فعل- فاعل- مفعول به أو نعت، وهو ما يجعله يحافظ على أصالة اللغة العربية.

إن الأصل في اللغة العربية هو البدء بالفعل، ولا يقدم الاسم، إلا إذا كان هناك سبب بلاغي يقتضي ذلك، فعبارة: "خرج محمد " جملة تقريرية، أما محمد خرج، فالغرض منها هو تأكيد أن محمد هو الذي خرج، وليس علياً.

يجب أن تكون لغة الخبر بسيطة، وواضحة، ودقيقة، ولا يتم ذلك إلا من خلال استخدام الكلمات القصيرة المألوفة بدلاً من الكلمات الغريبة، وتجنب المبالغة في الوصف، أو في التخصيص، وتجنب استعمال الألفاظ التي تحمل معنيين، أو تنطوي على تفاخر لفظي، والاستغناء كلما أمكن عن أدوات التعريف، وحروف العطف، والتكوين، وظروف الزمان والمكان، التي لا داعي لها، واختصار الجمل الطويلة، وتفادي التكرار والاستطراد.

وأثناء صياغة الخبر ينبغي مراعاة الأمور الآتية:

١- أن تعرض عناصر الخبر في فقرات قصيرة وواضحة.

٢- أن تكون الجمل قصيرة.

٣- أن تستعمل كل جملة عنصراً مستقلاً عن الكل.

٤- أن تعالج كل فقرة جزءاً مستقلاً عن الكل.

٥- أن يتميز العنصر الرئيس من العنصر الثانوي في كل خبر.

إن الخبر هو شاهد على الحدث، لكنه ليس شاهداً اعتباطياً، يقول ما رآه فقط.. الصحفي هو شاهد حي، وانتقائي حي، لأن عليه أن يبحث عن العناصر التي لا تأتي من تلقاء نفسها، وانتقائي لأنه يختار ما يهم الجمهور.

يرتكز الخبر على فعل، أو عدة أفعال، ولقد أتاحت الصحافة الفرصة لبعض الأفعال دون أخرى لكي تنتشر ويعمم تداولها.. وقد يوظف الصحفيون عن جهل، فعلين أو ثلاثة أو أكثر لنفس المعنى، وقد يستخدمون أفعال المواقف والرأي بصيغة التأكيد والحسم، ومن ذلك مثلاً:

أفعال تستخدم لنفس المعنى خطأ:

طالب- دعا- ناشد- التمس.

أفعال تتعلق برأي وليس حقيقة راسخة، وتستخدم بصيغة التأكيد:

أكد- لاحظ- أشار- أوضح- شدد- اعترف.

أفعال تتعلق بموقف، ويوظفها الصحافيون أنى شاؤوا:

ندد- شجب- حذر- شدد على.. تعهد.

اعتماد التعقيد بدل التبسيط - كقولهم:

- قام بزيارة (الأنسب زار).
- أشرف على تدشين (دشن).

إن من الأكيد أن الدقة في توظيف الأفعال، سواء كانت أفعال النشاط، أو الرأي، أو المواقف، تساعد المتلقين على وضعها في سياقاتها الطبيعية، وتبين الفروق الكامنة بين فعل وآخر.. واللغة العربية من اللغات التي تضمن هذا الأمر بقوة، إن روعي فيها أمر الدقة.

أنواع الخبر:

يمكن الحديث عن ثلاثة أنواع من الخبر:

١- الخبر التقليدي:

من أكثر الأخبار تمامية وكمالية، كما أنه أقل الأخبار من حيث فسح المجال لتدخلات الصحفي على مضمونه ويتعلق عادة بالأحداث والظواهر التي تنتهي بحدوثها أو ظهورها، أي ليس لها استمرارية في الزمان.

ويلتزم الخبر التقليدي تمام الالتزام بقواعد صياغة الخبر التي تتضمن الأجوبة الوافية الكافية للأسئلة التي تبدأ بـ:

ماذا- من- متى- لماذا- كيف

وقاعدة لب الخبر، وقاعدة الخبر المقلوب، إضافة إلى تحليه بمواصفات الخبر الجديد الصحيح، الحضور، العلاقة مع ممارسات ونشاطات الأفراد المتلقين له كما أنه يتميز باللغة السهلة والوضوح.

٢- الخبر التفسيري:

الخبر أي نوع كان لا يحتمل تدخلات الصحفي إلا من خلال انتقائه للحقائق ومن خلال ترتيبه لتسلسلها، بيد أن عملية انتقاء الحقائق بذاتها هي التي تمكنه من كتابة الخبر التفسيري إذ يمكن للصحفي بالطبع إدخال حقائق قديمة أو حقائق غير معروفة وعلى علاقة بأبعاد وحيثيات الحدث موضوع الخبر، والتي من شأنها أن تساهم إسهاماً واضحاً بتفسير الحدث، بل وتدعم وجهة نظر معينة أو موقفاً محدداً منه، لكن المحتوى التفسيري الوارد في الخبر لا يصح أبداً أن يكون بصيغة إشارة صريحة أو تعليق صريح على حقائق الحدث الأساسي موضوع الخبر من قبل الصحفي، المضمون التفسيري المعنى يقتصر على إيراد حقائق قديمة أو جديدة مصاغاً إخبارياً وذات علاقة تفسيرية أو حتى تعليقية على الحدث.

٣- الخبر المتسلسل:

وهو أهم الأخبار وأعقدها وأكثرها استخداماً في الحرب النفسية والدعاية المحلية فبعض الأحداث لها استمرارية على مدى أيام أو أسابيع أو شهور، بل حتى سنوات، يقول أحد الخبراء، إن الخبر المتسلسل (وهو مجموعة أخبار متتابعة على فترات منفصلة حول حدث لازال مستمراً).

وتختلف أنواع الخبر الصحفي باختلاف المعيار الذي نقسم به الخبر، ويمكن أن نحدد للخبر الأنواع الآتية:

١) الخبر المقروء (الصحفي).

٢) الخبر المسموع (الإذاعي).

٣) الخبر المرئي (التلفزيوني).

◆ الخبر الصحفي:

وهو الذي تتم تغطيته بواسطة المراسلين وقد يرفق معه بعض الصور للإثبات، ويتحمل الخبر الصحفي الإسهاب في التفاصيل كما لا يتحمل التعقيد في الصياغة وطول الجملة لذا فهو أسهل أنواع الأخبار التي تكتب من قبل الصحفي،

أما قارئ هذا الخبر يمثل الوقت الكافي لقراءته ومراجعته متى يشاء لأنه مطبوع ومحفوظ على الورق.

❖ الخبر الإذاعي:

وهنا يتحتم على كاتب الخبر أن يكتبه بعبارات سلسة خالية من أي ألفاظ معقدة ويمتاز بجمل قصيرة كي لا يمله السامع.

❖ الخبر التلفزيوني:

وهو الذي تتم تغطيته بتصوير الفيديو ويتطلب مهارة وسرعة في النقل والنشر وفيه يفتخر بعض العاملين بالصحافة بما يسمى (السبق الصحفي).

ويعتمد هنا الخبر في الأساس على الصورة التي ترافقه حتى لو كان صورة ساكنة ومتى ما فقد هذه الخاصية يكون خبراً إذاعياً ويجب آن يكون مرتباً حسب اللقاءات الشخصية مع التعليق والصور.

ويمكن تحديد أنواع الخبر من حيث الشكل:

١- التقسيم الجغرافي للخبر: يقسم الخبر حسب النطاق الجغرافي إلى أخبار داخلية وأخبار خارجية، أو كما هو متعارف عليه عندنا الأخبار المحلية وهي التي تخص النطاق المحلي داخل الدولة، والأخبار العالمية أو الخارجية وهي التي تخص العالم الخارجي من حولنا.

٢- التقسيم الموضوعي للخبر: يقسم الخبر حسب الموضوع إلى أخبار سياسية وأخرى اقتصادية وعسكرية وفنية ورياضية وقد يدخل في التفاصيل فيقسم الأخبار السياسية إلى أخبار دولية وأخرى خارجية أي علاقات دولية وسياسة خارجية.

٣- التقسيم الزمني للخبر: يقسم الخبر حسب الزمن إلى أخبار متوقعة وأخرى غير متوقعة، أي أخبار من الممكن حدوثها وأخرى لا يتوقع حدوثها.

أو خبر حدث في الماضي ولا يزال صالحاً للنشر ويحتاج إلى متابعة، أو خبر متوقع حدوثه من واقع أجندة الصحفي ويكون غالباً محدد الزمن والمكان والشخصيات، وليس فيه إمكانية السبق لأنه متاح للجميع.

٤- الخبر الجاهز.. والخبر المبدع: الخبر الجاهز هو الخبر الذي يحصل عليه الصحفي من خلال ما تنشره وكالات الأنباء مثلاً أما الخبر المبدع فهو ذلك الخبر الذي يبذل الصحفي فيه جهداً لإخراجه بصورة جيدة.

٥- الخبر الخفيف.. والخبر الجاد: الأخبار الخفيفة هي التي تسلي القراء كأخبار الرياضة والطرائف والمغامرات، أما الأخبار الجادة فهي التي تدخل وتغير مجرى حياتهم إما نحو الأفضل أو نحو الأسوأ.

٦- الخبر المجرد.. والخبر المفسر: الخبر المجرد هو الخبر الذي يكتفي بتصوير الوقائع دون إعطاء تحليلات أو تفاصيل إضافية بل يكتفي بالحاصل فقط، أما الخبر المفسر فهو الذي يعطي التفصيلات والتحليلات.

٧- الخبر الملون.. والخبر الموضوعي: الخبر الملون هو ذلك الخبر الذي يتعرض لبعض التعديلات مثل حذف بعض الوقائع أو تغيير مجرى الأحداث، أما الخبر الموضوعي فهو الذي لا يتعرض لأي اعتداء من المسؤولين أو المخبر الصحفي.

وقد يقسم الخبر كالتالي:

- **الخبر السريع:**

وتبرره دوافع السرعة في تبليغ الخبر ولو بشكل ناقص إلى القارئ، ويلجأ الصحفي إلى الخبر السريع رغبة منه في تحقيق سبق صحفي، وتأتي تفاصيل الخبر بعد ذلك تباعاً، وكثيراً ما تستعمل وكالات الأنباء هذا النوع من الأخبار.

- **الخبر الطويل:**

وهو الخبر الذي تتطلب الإحاطة به إعطاء توضيحات ضرورية ترفع من حجم الحيز الذي يغطيه في الجريدة، قد يصل إلى ٥٠٠ كلمة.

- الخبر المتواصل:

وهو خبر يتسم بالأهمية، فيكون بذلك خبراً مفتوحاً، تلحق به يومياً إضافات جديدة، وقد يستمر الخبر متواصلاً لمدة معينة (مؤتمر وطني أو دولي أو حزبي أو نقابي)، وقد يكون مسترسلاً لفترة غير محددة، مثل أخبار بعض الأحداث السياسية الدولية (المسألة الفلسطينية).

أشكال الخبر الصحفي:

- خبر بسيط:

يصف واقعة واحدة ومحددة تقدم للقارئ وتكون واضحة لا تحتاج إلى تفسير أو تداخل مع وقائع أخرى.

- الخبر المركب:

ويشتمل على عدد من الوقائع تدور حول محور أو حادث معين وترتبط بموضوع واحد حتى لو اختلفت مصادرها.

- القصة الإخبارية:

وهي توسيع للخبر المركب وتشتمل على تفاصيل أكبر وتصاغ في شكل قصصي[1].

أقسام الخبر الصحفي:

أي خبر يتكون من عدة نقاط أو أقسام وكلما تم الالتزام بها كلما أكتسب الخبر صدى ومصداقية لدى القارئ وتتكون هذه الأقسام مما يلي:

١) المقدمة: مقدمة أي خبر هي عبارة عن بضع جمل قصيرة وسريعة، من شأنها تكشف مضمون الخبر وتشد القارئ إلى متابعته، ويتم تحريرها باختيار أهم جزء من تفاصيل الخبر الذي يمثل مركز الخبر، وصياغته في فقرة لا يتجاوز عدد

---

(١) د. عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار، النماذج الإخبارية.

كلماتها الثلاثين تتضمن ملخصاً للموضوع وتكشف عن هوية الأشخاص والأماكن من ذوي العلاقة وتبرز الطابع المميز للخبر وتعطي آخر التفاصيل عن الحدث وتثير اهتمام القارئ لمتابعة قراءه الخبر، ويُنصح بأن لا تزيد المقدمة في الخبر عن ٢٠- ٣٠ كلمة والبعض قال من ٢٥- ٣٠ كلمة وتسمى بالمقدمات الذهبية.

٢) متن الخبر: ويسمى أيضاً محتوى الخبر وفيه نجد التفاصيل الكاملة للحدث، ويتكون من أجزاء كل منها تشكل شريحة من الخبر تتناول جزء من أحداثه في وحدة متكاملة يتم ترتيبها في تسلسل وفق الأهمية التنازلية لكل منها.. أي نبدأ من الأهم ثم الأقل أهمية وهكذا، حيث تربط تلك الأجزاء بكلمات الربط، وهي التي تربط ما بين المقدمة ومتن الخبر أو ما بين فقرات الخبر مثل (أفاد، قال، أوضح، صرح، أكد، أضاف) وغيرها، وتسمى هذه التفاصيل بمحتوى الخبر.

وخلفيات الخبر: وهي الأصول الرئيسية التي تسببت بوقوع الحدث أو تطوراته السابقة ويمكن تجزئة أوليات الحدث إلى فقرات تتضمن كل منها جزء من تلك الأوليات أو الأصول في وحدة متكاملة ويتم ترتيبها وفق الأهمية التنازلية لكل منها.

والخبر الكامل هو الذي يعطي الإجابات الوافية والكاملة على الأسئلة الستة التالية:

ماذا..؟ أي ماذا حدث بالضبط.

متى..؟ وقت حدوث الحادثة.

أين..؟ مكان وقوع الحادث.

لماذا..؟ أوليات أو خلفيات الحدث.

من..؟ من الذي لعب الدور الأول في وقوع الحدث.

كيف..؟ حدث الحادث.

وهذه الاستفهامات الستة هي التي تضمن أن يكون الخبر ناجحاً ومتكاملاً وأحياناً تتضمن الأخبار خمسة أو أربعة استفهامات إذ ليس بالضرورة أن تتوفر في الخبر الإجابة على الأسئلة الستة، ولكن المحرر الصحفي يسعى دائماً ليضمن خبره الإجابات على ما يستطيع من هذه الأسئلة.

كما ليس بالضرورة أن تكون لكل الأخبار خلفيات فهناك أخبار ليست لها أوليات سابقة وان ذكرت هذه الأوليات وكانت معروفة لدى القراء فإنها تصبح ليست ضرورية.

أما إذا كان الحدث هو الذي يلعب الدور الأساسي في الخبر المقدم للقارئ، فعندئذ لابد أن نبدأ بالإجابة عن (ماذا)، وهو كما نعرف الأبرز في كافة الصيغ الحديثة على مستوى وكالات الأنباء العالمية، وما تبثه من سيل من المعلومات للأحداث اليومية.

٣) الخاتمة:

في نهاية الخبر يمكن استعمال خاتمة مناسبة للخبر، وقد صنفت الخاتمات إلى نوعين: تكون خاتمة مغلقة أو خاتمة خلاصة.

١) المقدمة:

يلزم المقدمة عادة أن تكون جذابة، وتثير اهتمام القراء إلى الخبر وأن تكون مليئة بالمعلومات، وتجيب عن أسئلة الكشف عن المجهول (من، ماذا، متى، أين، لماذا، كيف) فضلاً عن ضرورة أن تكون مختصرة وموجزة ومليئة بالحركة والصراع.

أنواع المقدمات الصحفية:

◆ المقدمة الوصفية:

وهي تركز على وصف الوقائع والأحداث، ويتزايد استخدام هذه المقدمة في الحوادث والجرائم والكوارث الكبرى.

❖ المقدمة الحوار:

وهي تقوم على محاولة خلق نوعاً من الصراع بين أطراف الخبر، مثل مواطن ومسؤول، أو نائب في البرلمان ووزير مختص.

❖ المقدمة المجاز:

وهي تقوم على استخدام المجاز، مثل جريدة الوفد تفتح النار على حوت السكر، والملف الأسود لحكومة شارون.

❖ المقدمة الحكمة:

وهي تعتمد على مثل شعبي أو حكمة مأثورة مثل إذا أفلس التاجر فتش في دفاتره القديمة هذا هو حال وزارة التموين بعد التعديل الوزاري الأخير.

❖ المقدمة المباغتة:

وهي تتكون من جملة واحدة قصيرة ولكنها تكون مفاجئة تشد الانتباه وتجذب اهتمامات القارئ مثل:

- طفل مصري يقود طائرة من نوع الشبح بالولايات المتحدة الأمريكية.
- مرشح يطلق الرصاص على الأهالي عند تأديتهم لواجبهم الانتخابي.

❖ المقدمة الظرفية:

وهي تقوم على تصوير الحدث، مثل الوصف التفصيلي للمباريات حيث يقوم المحرر الصحفي بإحاطة القارئ بجو المباراة، وكذلك في الاحتفالات والسهرات الغنائية.

❖ المقدمة الملخصة:

وهي تقوم على تلخيص أهم المعلومات بالقصة الخبرية، حيث تتصدر أهم معلومة في الخبر المقدمة.

❖ المقدمة التناقض:

وهي تقوم على معاني وألفاظ تتصادم مع طبيعة البيئة، مثل وفاة الفنان عادل إمام من عضة قطة، أو شحاذ يموت أمام فندق رمسيس هيلتون ومعه (ثلاثة) ملايين دولار.

❖ المقدمة الغرابة والطرافة:

وهي التي تشتمل على عنصر الطرافة، ويحمل الخبر حدث نادر مثل: امرأة تتزوج (١٠) رجال في أسبوع واحد، وأخرى تضع سبع توائم في أسوان كلهم ذكور.

❖ المقدمة المقتبسة:

وفيها يقوم المحرر الصحفي باقتباس فقرة، أو جملة من تصريح مسؤول مصدر الخبر لتكون هذه الفقرة هي المقدمة للخبر.

٢) متن الخبر الصحفي:

أما بالنسبة لتفاصيل الخبر فالأمر يتلخص في أن هذا الشق يمثل صميم كتابة وصياغة الخبر، إذ يشتمل على أهم المعلومات التي تتضمنها الأخبار بالتفصيل المناسب، وتسرد هذه المعلومات في فقرات منفصلة قائمة بذاتها بحيث إذا ما حذفت إحداها لا يختل المعنى، هذا لا ينفي أن يكون لكل خبر أسلوبه المتميز في الصياغة..

٣) الخاتمة:

- الخاتمة المغلقة:

هي الخاتمة التي تنهي الموضوع بتساؤلات واستفهامات تشد القارئ لمزيد من الشوق لمتابعة الأحداث المتعلقة بالموضوع.

- الخاتمة الخلاصة:

هي التي تنهي الخبر بشكل يشعر القارئ بأنه حصل على كل ما يريد معرفته عن موضوع الخبر.

الفرق بين الخبر البسيط والمركب:

يتضمن الخبر البسيط في المعتاد حدث واحد، وقع في مكان واحد، ولا يحتاج في تغطيته إلا لمحرر واحد كذلك، أما الخبر المركب فهو الخبر المبنى على

سرد الوقائع، والتصريحات والمعلومات، ويدل على أكثر من واقعة وهو يتطلب عند تغطيته أكثر من مندوب، مثل أخبار الانتخابات البرلمانية أو النقابات العمالية والمهنية..

مواصفات الخبر الصحفي:

١- أن يشد انتباه القارئ.

٢- أن يدفع القارئ إلى متابعة قراءة الخبر إلى نهايته.

٣- أن لا يزدحم بالمعلومات التي تشتت ذهن القارئ.

٤- أن تركز المقدمة على الوقائع، وأن تحذر الوقوع في إبداء الرأي.

٥- أن تطبق القاعدة الذهنية التي تقول: أكبر كمية من المعلومات في أقل عدد من الكلمات.

٦- أن يكون حجم المقدمة متناسقاً مع حجم الخبر نفسه.

٧- أن تكون المقدمة ملائمة لمضمون الخبر.

٨- أن تحاول المقدمة الإجابة على الأسئلة المعروفة: من، ماذا، أين، كيف، وليس شرطاً أن تجيب عليها كلها.

٩- أن تركز المقدمة على المعلومات الجديدة في الخبر.

قواعد صياغة الأخبار الصحفية:

المعلومات اللازمة لصياغة الخبر الصحفي لابد من الإجابة على تساؤلات: من يقول ماذا متى وأين ولماذا، ولكن في أحيان لا يستطيع الصحفي الإجابة عن الأسئلة ولكن عليه أن يحاول.

وتتلخص قواعد صياغة الأخبار:

١- الدقة **Accuracy**

وتعني: تحري وتدقيق والتأكد من الحقائق/ العناوين/ الأسماء/ التواريخ/ الأماكن/ الأرقام الإحصاءات/ تتابع الحدث.

لا يمر الخبر دون مراجعته من جهتين على الأقل، وقد يستلزم العودة لمصدر الخبر أو نسبة الخبر لمصدره في حالة عدم التأكد.

❖ مؤهلات الصحفي الماهر في التدقيق:

- الحساسية.
- القدرة على اتخاذ القرار.
- القدرة على الحكم الصائب.

٢- الوضوح **Intelligibility**:

نعني بالوضوح:

- فهم الصحفي للقصة الخبرية جيداً.
- تكوين الفكرة بشكل نقي حول الحدث.
- سهولة الصياغة.
- معرفة كم مرة سبق أن نشر شيء عن الحدث حتى لا يكرر نفسه.
- معرفة ما لدى جمهور الخبر من معلومات.
- المنطقية فالأسباب يترتب عليها نتائج وهكذا.

٣- الشرعية **Legality**:

نعني بالشرعية أن يمارس الصحفي عمله في إطار القانون والضوابط التي تحكم أفراد المجتمع ومؤسساته، وهذا يعني تحديداً:

- عدم القذف (Libel) وعدم تعريض أي شخص للبغض أو للسخرية أو للاحتقار أو تشويه لسمعته، أو الإضرار به في ثروته وخصوصيته.
- إن خير دفاع لصحفي يقذف أحد مسؤولي الدولة هو أن يكون ما قاله حقيقة تقنع القضاء.
- لا يجب مطلقاً إفشاء أسرار الدولة العسكرية والأمنية أو ما يسئ للعلاقة بين الجنسيات والعرقيات.

٤- الحياد **Impartiality**:

ونعني به: انتفاء الحكم الشخصي على الحدث وتحري العدالة والاستقامة وان ينقل الصحفي الخبر دون الحكم عليه فهو ينقل الحدث ويراقبه بدقة والبعد عن

السمات الشخصية للمشاركين في الحدث مثل حاسم/ خاص/ والأفضل ترك الحقائق تعبر عن الواقع.

٥- الذوق العام Good Taste:

على الصحفي أن يلتزم بالآداب العامة والأخلاقيات المجتمعية وان يحترمها من داخله وألا يهجم على قيمة أو شخص ولابد من:

- اختيار الكلمات بدقة شديدة لكي لا تسئ إلى أحد.
- مراعاة الحساسيات والانتماءات/ معارض/ حكومي/ مستقل) وألا تحمل هذه المصطلحات غير معانيها المجمع عليها اجتماعياً (مثل/ نازي/ فاشي/ علماني).

طريقة كتابة الخبر الصحفي:

١- اختيار الحدث المناسب ليكون خبراً.

٢- جمع المعلومات المناسبة حول الحدث.

٣- إثبات مصادر الحصول على المعلومات.

٤- صياغة الخبر بطريقة هرمية تبدأ بالأحدث والأهم.

٥- أن يجيب على الأسئلة التالية غالباً بشكل تتابعي:من، ماذا، متى، كيف، لماذا.

٦- استخدام الجمل البسيطة والإيقاع الجيد.

٧- الموضوعية والمصداقية والتشويق.

٨- اختيار الموقع والمكان المناسب لنشر الخبر.

ثمة قول ينسب لأرسطو استخدمه الكاتب الانجليزي كبلنغ رايام في كتابه الواسع الانتشار: الكتابة للمتعة والفائدة، يقول إني أسخّر خمسة من المخلصين في أي عمل صحفي أقوم به، هؤلاء الخمسة هم أساتذتي: ماذا ولماذا ومتى وأين وكيف ؟

ويضرب لنا مثلاً، يقول تخيل انك ذهبت لشاطئ النهر أو البحر لتقضي عطلتك السنوية أو عطلة نهاية الأسبوع وهناك شهدت الطحالب تمور وتروج مع الموج على الشاطئ وفي خضم الماء، هنا، ستغادرك كل رغبة في قضاء الإجازة على أي وجه: مستلقياً على الرمال محدقاً في الأفق، سابحاً في المياه الدافئة الزرقاء، متلذذاً بطبق سمك مشوي تعبق رائحته في الجو، مستمتعاً بالثرثرة مع زميل أو عابر سبيل، ستتوارى كل رغباتك تلك، ويتحرك فيك الحس الصحفي، عصا تلاحقك، أفعى تلوب في صدرك ولا تترك لك فرصة أو تستكن أو تستريح، طحالب على الشاطئ، ياللغرابة، ياللمتعة.

- ما هي هذه الطحالب ؟ كيف تتكاثر وتنمو ؟ من نوى أم جذور ؟
- هل هي سامة ؟ نافعة، غير ذات منفعة ولا ضرر ؟
- هل تنمو في المناطق الضحلة المياه، في المناطق الباردة ؟ الحارة ؟
- كم هي بعيدة عن قاع البحر، هل تحتاج للهواء والضياء وهي على ذلك البعد، هل تحتاج لسماد ؟
- كم عدد أنواعها ؟ ما أشكالها ؟ ما ألوانها ؟
- هل بالإمكان تسخيرها كغذاء، لسد النقص في سلة الغذاء العالمي مثلاً ؟
- هل صحيح إنها وجبة شهية على موائد أهل اليابان؟
- هل يمكن استعمالها كمطيبات لما لها من نكهة حادة غريبة ؟
- هل من علاقة للطحالب بالبيئة ؟ تحسنها ؟ تزيد في حدة تلوثها ؟
- ما تأثيرها في الإحياء المائية الأخرى ؟

بعد أن تتوارد كل تلك الأسئلة على ذهن الصحفي، ينقطع خيط التمتع بالعطلة وتبدأ المتعة بالكتابة.

أحد الصحفيين البريطانيين فعل هذا، فكتب لصحيفته، ثم لمجلة متخصصة، ثم لمركز بحث، ثم انتهى به الأمر إلى تأليف كتاب ضخم عن الطحالب والأعشاب البحرية في العالم، حقق مبيعات خيالية بعد أن اختار له عنواناً

شيقاً استقاه من نتائج أبحاث مركز البحوث، مفاده أن كثيراً من المنشطات الجنسية تستخرج من خلايا طحالب البحر.

"ابحث عن خصوبتك الجنسية تحت سطح البحر".

معيقات أمام جودة ومصداقية الخبر الصحفي:

يمكن حصر هذه المعيقات في ثلاث نقاط:

- ذاتية الصحفي.
- ذاتية المسؤولين على الصحيفة.
- ذاتية مصادر الخبر.
- خضوع الصحيفة لقوة مالية أو سياسية.

صلاحية نشر الخبر:

رئيس التحرير أو مدير الجريدة هو الذي يقرر في صلاحية نشر الخبر أم لا، أي أنه هو الذي يحدد إن كان في الخبر منفعة للناس أم لا.

قد تكون دوافع نشر الخبر أو عدم نشره بعيدة عن الدوافع المهنية، فقد ينشر الخبر أو يسدل الستار عنه لعوامل ذاتية أو مصلحية قد تتعلق بالعلاقة بين الجريدة والجهة التي يعنيها الخبر وقد تتعلق بمصلحة الجريدة في نشره أو عدم نشره.

التعامل مع الخبر:

قد يحصل الصحفي على الخبر بشكل رسمي بحكم مهنته، وفي هذه الحالة تكون للصحفي الحرية الكاملة للتصرف مع الخبر، وقد يحصل عليه بمحض الصدفة أو في إطار جلسة خاصة، وفي هذه الحالة يفقد الصحفي كثيراً من حريته في التعامل مع الخبر، وقد يبلغ مستوى حريته درجة الصفر، تبعاً لطبيعة الخبر ولظروف اطلاعه عليه.

أهمية التخصص:

يشترط في الصحفي أن يكون متخصصاً ليتمكن من فهم الخبر والإحاطة بمجمل جوانبه وخفاياه، كما يشترط فيه أن تكون له ثقافة واسعة واطلاع واسع على ما يجري حوله، حتى يتمكن من ضبط مجمل خيوط تخصصه، فدرجة الترابط بين القضايا جعلت من الصعب فهم العديد من القضايا بالاعتماد فقط على عناصرها الخاصة بها وبمعزل عن القضايا المؤثرة في محيطها بشكل مباشر أو غير مباشر.

تحرير الخبر:

يجب، عند تحرير الخبر، اعتماد:

- تقديم الوقائع في جمل قصيرة.
- اختيار الألفاظ المألوفة غير المعقدة.
- اختيار المصطلحات المتداولة.
- اختيار المصطلحات العلمية غير المعقدة.
- اعتماد السرد المباشر للخبر والابتعاد عن الأسلوب الأدبي.
- التزام حدود الواقعية دون إثارة للعواطف.

اعتماد قاعدة الهرم المقلوب عند الكتابة: البدء بتقديم أهم عناصر الخبر وتليها عناصر الخبر الأخرى من الدرجة الثانية والثالثة.. الخ.

ضوابط كتابة الخبر الصحفي:

١- لا تكذب أبداً.
٢- تحدث بلغة واضحة.
٣- كن صادقاً ودقيقاً.
٤- اعترف بالأخطاء.
٥- قم بتصحيح الأخطاء فوراً.

٦- احتفظ بالإنجازات.

٧- ابذل جهداً إضافياً لجمع المعلومات.

٨- حافظ على روح العمل الصحفي.

٩- لا تصنع الأخبار بدون معلومات.

١٠- احذر المعلومات المضللة والمغلوطة.

عنوان الخبر الصحفي:

١- العنوان العريض **Banner Line**:

ويمتد بعرض الصفحة ويسمى المانشيت، ويكون بلون مختلف ويتصدر أهم خبر من وجهة نظر الصحيفة.

٢- العنوان الممتد: **Spread head**

ويمتد على أكثر من عمود ولكن ليس إلى ثمانية أعمدة كالمانشيت.

٣- العنوان العمودي **Single- column head**:

ويحتل عرض عمود واحد فقط.

٤- العنوان الثابت **Standing head**:

وهو العنوان الثابت لباب معين مثل أخبار الغد.

٥- العنوان الجانبي **Astonisher**:

وعادة ما يوضع تحته خط ويكون تمهيداً للعنوان الأصلي.

٦- العنوان الفرعي **Cut Line**:

ويستخدم بين الفقرات لكسر رتابة العرض مع الأخبار الطويلة.

٧- **عنوان الاقتباس**:

وهي جملة قوية مؤثرة على لسان مسؤول مثل: (**الأمير نايف: لا تهاون في أمن الوطن**).

٨- عنوان الوصف:

وصف عادي بألفاظ قوية معبرة (بجدارة فاز الاتحاد بأربعة بطولات ووصل إلى القمة).

تحرير الخبر الصحفي:

تحرير الخبر يعد عنصراً أساسياً في صناعتها ما دامت وسائل الإعلام المختلفة تتعامل مع السيل المتدفق من الأخبار حسب فلسفتها وطبيعة جمهورها ومواعيد صدورها.

فالخبر الذي يصل القارئ والمستمع والمشاهد يشبه أي بضاعة أخرى وصلت إلى السوق أو أيدي الزبائن بعد أن مرت بمراحل تصنيع مختلفة.. فبعد أن يصل الخبر إلى مكاتب التحرير وأقسام الأخبار يخضع إلى عملية مراجعة دقيقة وتتجاذبه أقلام مختلفة بالتشذيب والصقل وإعادة الصياغة.

إن التنافس بين وسائل الإعلام الإخبارية لتقديم أفضل الخدمات لزبائنها قد جعلها تتسابق في ابتداع الأساليب الحديثة التي تجذب اهتمام الجمهور بمادتها الشفافة.. وكانت عملية التحرير هي الميدان الرئيسي الذي يجري فيه التنافس وهكذا فقد أخذت كل صحيفة أو إذاعة أو شبكة إخبارية تتبنى أسلوباً أو صياغة مميزة لأخبارها، وقد أدى هذا إلى وجود قوالب صحفية جديدة ولغة إخبارية لها خصائصها المميزة التي تقتضي من محرر الأخبار مهارة لغوية عالية لالتقاط الألفاظ والعبارات المناسبة للغة المقصودة.

ولما كان العمل الصحفي ككل فن يعتمد على الذوق السليم المبدع والموهبة الفطرية مقروناً بالثقافة الواسعة يشكل تزاوجها مع بعضها القدرة المتمكنة ضمن الإطار العام مع الالتزام بالقواعد والأسس الآلية:

١- يتحتم على المحرر الصحفي أن يستوعب الموضوع استيعاباً كاملاً بكل دقائقه قبل الشروع بالكتابة.

٢- أن يعطى الموضوع حجمه الطبيعي دون تهويل أو إنقاص وتجنب السرد الدرامي العنيف والمفتعل بل التناول الموضوعي الهادئ.

٣- أن يتم إعطاء المفردات اللغوية اللازمة والمناسبة للتعبير عن الموضوع بوضوح كامل وبأقل عدد من الكلمات التي تستطيع أن تترجم الأحاسيس والحقائق المراد التعبير عنها وفق مبدأ (خير الكلام ما قل ودل).

٤- في التعامل مع أخبار الشخصيات يتوجب أن تكون هناك حدود معينة تميز المستويات الوظيفية والمواقع القيادية لهذه الشخصيات.. فمثلاً الصيغة التي نتناول فيها خبراً يتعلق برؤساء الوزارات هي غير الصيغة في تناول خبر يتعلق بأحد المسؤولين الآخرين وما دونهم من مواقع.

٥- العمل الصحفي يقبل التحرك المرن الواسع في نطاق غير محدود وهذه الميزة توفر حرية العمل للمحرر الصحفي في إبداع متناه دون تقييد سوى المبادئ والأسس العامة السالفة الذكر.

ولابد من الإشارة إلى أن تحرير الأخبار في الصحافة الكبرى والمتقدمة يتم على أيدي ثلاثة أنواع من المحررين.

أ- المحرر معيد الكتابة.. وتتلخص مهمته في إعادة الأخبار وفق الهياكل الضرورية وتخليصها من الأخطاء اللغوية والسياسية والصحفية وإعدادها لتكون جاهزة أمام المحرر.

ب- المحرر هو الذي يضع الأخبار بصيغتها شبه النهائية لتكون جاهزة للبث أو النشر فهو معروف بكفاءاته الصحفية ومقدرته على بناء الخبر بناء محكماً.

ج- المحرر الذواق.. أن هذا النوع النادر من المحررين متميز فعلاً ومهمته تنحصر في مراجعة الأخبار والتقارير الإخبارية ليحذف منها أو يستبدل الكلمات والتعابير غير اللائقة أو تمس المشاعر العامة والذوق العام.

إن الصحافة الملتزمة أو الجادة تبتعد عن عنصر الإثارة كأسلوب سهل ورخيص في كسب المتلقي بما ينطوي عليه من مداعبه الأحاسيس والنوازع التي تتصف بالحيوانية أو التفاهة لكن هذا الابتعاد ينبغي أن لا يشمل الأحاسيس والنوازع الإنسانية المشرقة والمتقدمة.

فالأخبار التي تثير المشاعر الإنسانية تبعد صناعة الأخبار عن الجمود واللغة والاصطناع.. كما أنها تنمي شخصية المتلقي وتترك آفاق الحياة مفتوحة أمامه.

وعملياً فإن الأخبار الموجزة والقصيرة مقروءة أكثر من الأخبار والتقارير الإخبارية المطولة لأن قراءتها سهلة مما يجعلها في مقدمة المواد الصحفية التي يشغف القارئ بمتابعتها ولما كانت الصحافة شأنها شأن الفنون الأخرى فهي من أكثر الفنون تطوراً بحكم طبيعتها القائمة على رصد حركة الشارع ومسيرة الأحداث ومواكبة التطورات في مجالات الحياة كافة.. أن هذه الطبيعة الخاصة للصحافة جعلتها مرآة جلية تجسد الواقع المتغير وترصد ملامحه المميزة بدقة وموضوعية فعكست لنا التحولات الكبرى التي شهدها المجتمع بأساليب متنوعة تتناسب مع هذا التحول وطرائق التعبير عنه.. وقد أكد الكتّاب والمحررون منذ البداية إن الصحافة حرفة مادتها الكتابة ولذلك كانت العناية بالمفردة الدقيقة المنتقاة وبالعبارة المجسدة للمعنى وبالبلاغة الواضحة التي تجعل الجملة الصحفية تؤدي مهمتها في إيصال المعلومة إلى القارئ بوضوح.

قوالب الخبر:

إن ضرورة التنوع والتجدد هذه دفعت كتّاب الأخبار والمراسلين والمحررين إلى التفتيش عن أفضل الوسائل والأساليب في صياغة الأخبار بشكل يواكب التحول في الذوق العام للقراء وفي فنون الصحافة ذاتها.. ومن هذا المنطلق تعرضت الأساليب القديمة إلى هزة قوية نفضت عنها الغبار ووضعتها وجهاً لوجه أمام مسيرة التطور والتجدد والتنوع فظهرت أنماط وأساليب وقواعد جديدة منها ما هو مبتدع جديد ومنها ما هو شكل متطور عن شكل قديم.

فالقوالب الصحفية الجديدة لم تنسف القوالب القديمة مرة واحدة بل أضافت لها طرائق مستحدثة تناسب اهتمام القارئ المعاصر.. كذلك أبقى هذا التجديد على القوالب التي ما زالت هناك حاجة لاستخدامها مثل قالب الهرم المعكوس وقالب التتابع الزمني إلا أن مجالات استخدام هذه القوالب أصبحت أكثر تحديداً.. ومن أجل رسم صورة واضحة عن تطور كتابة الأخبار وتنوع أساليب عرضها في الصحافة العالمية سنلقي الضوء على قوالب الخبر ووصف ملامحها وخصائصها:

❖ قالب الهرم المعكوس:

أكثر أنواع القوالب الصحفية من حيث الانتشار، والذي يرتكز على كتابة الأحداث أو الأفكار المهمة في البداية والتدرج من حيث الأهمية إلى نهاية المقال أو الخبر. (بالغ الأهمية- مهم- عادي الأهمية- غير مهم).

إن هيكل الهرم المعكوس الذي يمثل قاعدة الأهمية المتناقصة هو الأكثر أهمية أو الأكثر توظيفاً في كتابة الأخبار وهو هيكل حيوي للغاية لذا فان بناء الخبر وفق الأهمية المتناقصة وضمن هيكل الهرم المعكوس يوفر للمتلقي عناء إرهاق ذهنه للوصول إلى الأمور الجوهرية في الإخبار ونحن نسهل له هذه المهمة في مقدمة إخبارية مركزة ونترك له حرية المتابعة أو إهمال الخبر.

وبلا شك فان بناء الأخبار وفق الأهمية المتناقصة يتطلب جدارة عالية في تحرير الإخبار ويتوجب على المحرر السيطرة على سيل المعلومات الإخبارية وإعادة ترتيبها.. ولديه القدرة على اختصار ما هو أقل أهمية وبث روح التشويق في إخباره.

فالخبر الصحفي عادة ما يتضمن حقائق وأحداث وتصريحات، وأن أفضل أساليب صياغة الخبر طريقة (الهرم المعكوس أو المقلوب) وفيه يبدأ المحرر الصحفي بالفكرة الأساسية في المقدمة ثم التفاصيل بعد ذلك، وفق القاعدة التي تؤكد (الأهم، ثم المهم، فالأقل أهمية).

وبعد المقدمة يتم سرد التفاصيل نقطة نقطة، نقطة تبدأ بالأكثر أهمية ثم التدرج إلى الأقل فالأقل أهمية، بحيث تأتي أهم معلومة في الخبر أو أبرز واقعة في المقدمة، وهي هنا قاعدة الهرم المقلوب أما تفاصيل الخبر فهي تأتي بعد ذلك لتشكل جسم الخبر.

إن هيكل الهرم المعكوس هو في نظرنا الهيكل الأكثر أهمية في التعبير وفي التأثير وهو كذلك الهيكل السائد في أخبار الصحف ووكالات الأنباء ويرجع شيوع هذا القالب لسببين:

١- انه أقدر الوسائل على نقل المعلومات، فالناس عادة لا ينفقون الكثير من الوقت لقراءة الأخبار بل يكتفون في كثير من الأحيان بقراءة الجمل الأولى من الخبر أو المقال قبل أن يقرروا الاستمرار في قراءة الفقرات اللاحقة.. وقد تعلم كتاب الأخبار ومحرروها هذه الطريقة خدمة لقرائهم وأدرك القراء إن أهم المعلومات توضع في البداية والأقل أهمية في نهايات الموضوعات.

٢- إن المساحة المخصصة للخبر أو المقال تشكل دائما مشكلة بالنسبة للصحيفة فإذا كانت الأخبار قد صيغت ضمن هذا القالب أصبح من السهل اختصارها تدريجيا من أسفل الهرم وحسب الأهمية والاهتمام وطبيعة المطبوع وهكذا يستطيع المحرر اختزال خبر معين من الأسفل دون الإضرار بجوهر الموضوع.

ويرى هاو بأن قالب الهرم المعكوس هو من أبسط أساليب تنظيم الأخبار القصيرة وغير المعقدة.

يخدم هذا النوع من الكتابة القراء الذين لا يكترثون لقراءة كل محتوى المقال ويكتفون فقط بقراءة الأسطر الأولى لمعرفة ما بداخله حتى يقرروا ما إن كانوا سيستمرون بإكمال القراءة أم لا.

إن السلبية الوحيدة في هذا النوع من الخبر هي تهميش الفقرة الختامية في بعض الأحيان مما يضعف قوة الطرح.

مثال على قالب الهرم المقلوب: (المعلومات غير حقيقية)

عنوان المقال: حريق يلتهم مطار العراق الدولي الجديد:

"اندلع حريق في مطار العراق الدولي مساء أمس الأول وقد راح ضحية هذا الحريق ما يقارب ٢٠٠ شخص، هذا ولا يزال البحث جارياً عن المفقودين الذين بلغ عددهم ٣٠٠، وقد صرح السيد فلان الفلاني بأن أسباب اندلاعه تعود إلى انفجار في.."

❖ الهرم المتدرج:

وهو هرم مقلوب ولكن متدرج، حيث يقوم هذا القالب على أساس الهرم المقلوب ويختلف عنه في مسألة التفصيل والدخول في تفريعات عديدة وغزيرة تخدم الموضوع حيث أنه يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح في الخبر ثم يأتي بعدها جسم الخبر في شكل فقرات متعددة يشرح ويلخص كل منها جانباً من جوانب الخبر، وبين كل فقرة وأخرى يذكر نص تصريح لمصدر الخبر أو الشخصية التي يدور حولها الخبر لنؤكد ما سبق إيضاحه في الفقرة السابقة وهكذا.

على أن ترتب كل فقرة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها وفقاً لقاعدة الأهم- فالأهم، وهذا ما يعني أن الهرم المقلوب المتدرج هو أصلح القوالب الفنية في كتابة الأخبار القائمة على سرد التصريحات كما هو الحال في المؤتمرات الصحفية أو البيانات السياسية والندوات.

مثال على قالب الهرم المتدرج (المعلومات حقيقية)

عنوان المقال: أسرار جديدة في حادثة آمنة

"أكد مصدر أمني موثوق لـ جريدة الوطن الكويتية أن بداية الخيط الذي قاد إلى معرفة الجناة وضبطهم كان شقيق الشاب الأبكم وهو شخص طبيعي ويقطن بالقرب من بيت الطفلة آمنة، حيث أفاد بأنه أثناء قيامه بإطعام الحمام الذي يقوم بتربيته فوق سطح المنزل شاهد الطفلة القتيلة وهي تتحدث مع الجاني (م) أمام منزله ولم تكن هناك سيارة بالقرب منهما وعليه لم يعطي أي

أهميـة....................(أحـداث أخـرى)................ وذكـر المـصدر أن الفتـاة المـشتركة بالجريمة فجرت مفاجأة باعترافاتها المسجلة على شريط كاسيت............. الخ "

❖ الهرم المعتدل:

ويقوم هـذا القالـب الفني علـى ثلاثة أجـزاء، مقدمـة تحتل قمـة الهرم وهـي مدخل يمهد لموضوع الخبر وإن كان لا يحتوي على أهم ما فيه، ثم جسم الخبر الذي يحتل جسم الهرم وبه تفاصيل أكثر أهمية في الحدث وهو في شكله البنائي يبدأ بالتفاصيل الأقل أهمية، ثم التدرج بعد ذلك لتفاصيل أكثر أهمية حتى نهاية الخبر وفيها أهم قيمة يحملها الخبر، وينتشر ذلك في الكتابات الروائية والأدبية والحوادث.

❖ قالب التتابع الزمني:

يعد هذا القالب من أقدم الأشكال الصحفية التي استخدمتها الصحافة في تغطيـة الأحـداث بالـشكل الـذي وقعـت فيـه- أي حسب ترتيب حـدوثها- وقـد استعارت الـصحافة الإخبارية هـذا القالـب مـن المجـلات حيـث المقـالات فيهـا تتسم بالطابع السردي الذي يمكن كاتب الخبر البارع من حكاية قصة خبرية جيدة.

وغالباً ما يستخدم أسلوب التتابع الزمني في المقالات في كتابة نبذة تاريخية عن أحد الشخصيات أو المقالات التي تسجل تجارب المتحدث أو ما يسرده المتكلم الذي يسجل مغامراته وتجاربه، على أن يبدأ المقال بمقدمة عبارة عن فقرة أو فقرتين لينتقل بعدها إلى السرد الزمني على أن يختم المقال بمعلومات إضافية (الخاتمة).

كذلك فأن أسلوب التتابع الزمني يوفر لكاتب الخبر فرصة فريدة حين يراد توضيح فعل معين، بالإضافة إلى أنه قالب سهل الفهم ومن الممكن أن يكون موجزاً أو تفصيلياً وهذا راجع إلى إن بعض الأخبار تكون ممتعة جداً بحيث تستدعي كتابتها سعة من الوقت حيث تعرض المعلومات ويتم سرد الحدث.

مثال على قالب التتابع الزمني (المعلومات غير حقيقية)

عنوان المقال: النادر في سطور

"ولد وترعرع النادر في كنف أسرة مسلمة متحابة تعلم منها المبادئ الإسلامية وحب الخير للناس وقضى حياته في سبيل خدمة العلم والعلماء، تعلم في سن السادسة على يد شيوخ الدين وقد حفظ القرآن في سن العاشرة من عمره، وحينما بلغ الخامسة عشرة من عمره كان قد بدأ نشاطه كداعية للإسلام........"

❖ القالب التشويقي:

إن عنصر الغموض والمفاجأة أهم ما يعتمد عليه هذا النوع من الكتابة، إذ يتعمد الكاتب استخدام أسلوب التشويق لجذب القارئ.

يعتبر هذا القالب على نقيض قالب الهرم المعكوس لأن أهم عنصر في الخبر يأتي في النهاية وليس البداية ويتم الاحتفاظ بعنصر مهم يتم طرحه في نهاية الموضوع، مع الاستعانة بالسرد القصصي لإضفاء جواً من المتعة إثناء القراءة.

وفي بعض الأحيان تأتي القصة الخبرية التي تكتب بالأسلوب التشويقي وفق القالب الترتيبي تقريباً لأنه من أكثر الأساليب تشويقاً في رواية الخبر.

ويتميز هذا الأسلوب بسهولة الفهم ووصول المعلومة كما لا يمكن للكاتب اختصار المقال، إذ أن عناصر التشويق التي وجدت في البداية تجعل القارئ نهماً في معرفة المزيد من المعلومات.

مثال على القالب التشويقي (المعلومات غير صحيحة)

عنوان المقال: من أنت أيها الرجل؟

"في ليلة ساكنة وحالكة السواد تلبدت الغيوم لتتبئ بقدوم المطر....

كنت هناك في ذاك الجوار... قرب نافذة ذكرياتي.. ذكرياتي التي صارت رماداً فلم يتبقى منها سوى... لا شيء !

أراقب ذاك الرجل الذي يمر قرب نافذتي كل ليلة وما أن يرمقني غفلة إلا وتراني أتصرف بغرابة في محاولات يائسة للفت انتباهه... !

ترى إلى أين يذهب كل ليلة ؟.. أتراه مرتبطاً بموعد أسبوعي في هذا الوقت ليلتقي أحداً ما؟

أم انه يذهب إلى زوجته لتمارس له فروض الولاء والطاعة كرياً للعائلة؟
من أنت أيها الرجل.......... ؟"

❖ قالب السرد المباشر:

دخل هذا القالب الصحفي الجريدة اليومية قادماً من عالم المجلة وأسلوبها المميز وعلى القارئ أن يتابع الموضوع من البداية حتى النهاية لكي يعرف ما يتحدث عنه الكاتب، ولم يستخدم في الصحافة إلا نادراً.

وغالباً ما يتم استخدام هذا النوع من القوالب الصحفية في نقل المعلومات العلمية والمعلومات الطريفة والجديدة دون أي إضافات أخرى، كما أنه يعد من القوالب الحديثة نسبياً في علم الصحافة.

مثال على قالب السرد المباشر (المعلومات حقيقية)

عنوان المقال: الصخور البركانية

"تعتبر المعادن مواد متجانسة وهذا يعني أن لها تركيباً كيميائياً محدداً وأن أي جزء من المعدن يماثل تماماً في تركيبه أي جزء آخر منه، والصخور عبارة عن مركبات معدنية، ولكن تركيز المعادن في الصخر يختلف من مكان لآخر وهذا يعني أنه ليس للصخور تركيباً كيميائياً محدداً.........".

❖ قالب بيضة الإوزة:

يتطلب هذا النوع من القوالب قدرة عالية على التخيل وعلى المهارة في معرفة كيفية تصوير الحدث كمشهد والانتقال من مشهد إلى آخر تماماً كالسيناريوهات التلفزيونية مع الاستمرار في جذب القارئ، وهو قالب قصصي كلاسيكي، يظهر المشهد ثم تنكشف الأحداث فيه كلما استمر الفرد في القراءة حتى يصل إلى الهدف من هذا المقال بالنهاية مع بيان سبب ذكر الأحداث التي وضعت في المقدمة.

ويحتم هذا القالب على الكاتب وضع معلومات مهمة في قصته وخلفيات للأحداث وإيضاحات مشرقة تجعل من الموضوع وحدة سردية ذات نهاية مشوقة وبداية

جذابة.. أما عرض التفاصيل فيمكن أن يبدأ بداية نقطة يراها الكاتب مناسبة لانطلاقته القصصية.

❖ القالب الماسي:

غالباً ما يستهل هذا النوع من المقال بأحجية أو لغز يكون بطله جوهر الحكاية أو الموضوع كما يعتمد على المقدمة السردية، ومن ثم يتم الانتقال النوعي بفقرة ومن ثم التدرج في وقائع الحدث حسب الأهمية.

ويتميز هذا القالب بوجود المقدمة السردية التي غالباً ما تكون نادرة أو صورة شخصية تؤدي إلى الفقرة الجوهرية وهي الفقرة التي تبرز عندها النقطة الأساسية في الموضوع يليها الفقرة المهمة التي يطلق عليها (فقرة الأهمية) التي تضع النقطة الجوهرية ضمن سياقها العام.

إن الفقرة الجوهرية والفقرة المهمة تؤديان إلى شكل الهرم المعكوس حيث تناقش القضايا ذات الصلة وخلفية الموضوع بتسلسل وحسب أهميتها وقد انتشر هذا القالب في الصحافة الأوروبية لاسيما الأسبوعية التي تعد أخبارها في سعة من الوقت وتنشر لكتّاب عرفوا بأساليبهم المشوقة وسعة اطلاعهم وقدراتهم
على استخدام النوادر في نسيج الأخبار.

مثال على القالب الماسي (المعلومات غير حقيقية)

عنوان المقال: عجوز تذهب ضحية طلق ناري من ابنتها

"حلم امرأة عجوز في السبعين من عمرها وقد استيقظت في أول أيام عيد الأضحى على أصوات طلقات نارية والسباب والشتائم من قبل ابنتها العذوب... وعندما فتحت الباب لم تتحمل ما رأت فأصيبت بالإغماء....(أحداث أخرى) .... وفي تحقيق النيابة الذي باشره الباسل تبين أن العذوب......."

❖ قالب الأحداث المتوقعة:

يستخدم هذا القالب في سرد الأخبار القصيرة المتوقع حدوثها مع التركيز على مكان الحدث والزمان، وتكثر استخداماته في الإعلانات الروتينية كالإعلان عن الحفلات والمحاضرات وإقامة المعارض والأحداث الرياضية.

ولهذا القالب صيغة أساسية تبدأ بهوية المتحدث ثم ذكر الموضوع ومن ثم المكان واليوم والساعة.

وقد ذكر جورج هاو[1] أن هذا القالب متطور عن الهرم المعكوس بوجود مقدمة تلخيصية ثم التفصيلات التي ترتب بشكل منتظم ويؤكد على عنصري المكان والزمان أكثر من التأكيد على الموضوعات التي تعالج أحداثاً سابقة وتكون على شكل أخبار قصيرة.

ويستخدم هذا القالب في الأحداث المتوقعة من قبيل:

١- الإعلانات الروتينية.

٢- الأحداث المبرمجة.

٣- البرامج.

٤- الاجتماعات.

مثال على قالب الأحداث المتوقعة (المعلومات غير حقيقية)

عنوان الخبر: أخبار مجتمعات العلاقات العامة

"تعتزم إدارة مجتمعات العلاقات العامة على عقد أول اجتماع لتباحث بناء هيكلة جديدة في إدارة المنتدى وذلك بقاعة المؤتمرات- فندق الشيراتون في الساعة السادسة من مساء يوم السبت الموافق ٣٠ / ٦ / ٢٠١٠ ميلادية".

❖ القالب التجميعي:

إن القالب التجميعي يستخدم لجمع موضوعات أو أخبار الحوادث والجريمة سوية في موضوع واحد ويكتب بمقدمة قصيرة وبقية تفاصيل الخبر على شكل فقرات متساوية الأهمية.

ويقوم القالب التجميعي على تجميع مجموعة من القصص الإخبارية ذات الصلة مع وجود تقسيمات أو تفصيلات بنفس شدة الأهمية وهذا النوع غير قابل

(١) جورج هوفس: كتابة الأخبار، ص١١٧.

للاختصار وقد يؤدي حذف بعض المعلومات إلى حدوث خلل في المقال أو الخبر الصحفي.

ويستخدم هذا النوع من القوالب الخبرية في نقل المعلومات المتعلقة بالمشكلات المحلية الاجتماعية أو السياسية بالإضافة إلى القضايا الإقليمية، كما يمكننا استخدام هذا النوع للكتابة حول المعلومات السياحية.

مثال على القالب التجميعي (المعلومات حقيقية)

عنوان المقال: حالات الطقس في القارات

"آسيا: طقس شمسي وحار عموماً وتغزر الأمطار في المناطق الواقعة بشرق آسيا............ الخ

أوروبا: جو غائم إلى غائم نسبياً خصوصاً في بريطانيا وألمانيا وفرنسا ومن المحتمل أن يكون دافئاً خلال النهار.......... الخ

أمريكا الشمالية: طقس جاف نسبياً ومثلج وممطر في بعض الأقاليم........ الخ"

هذه الأسس تضم القوالب الفنية التي يقوم عليها صياغة الخبر الصحفي وينقسم الخبر الصحفي بذاته إلى جزئين هما (المقدمة- والمتن) وهما يندرجان تحت العنوان الذي يمثل الدعامة الأساسية عند بناء الخبر الصحفي، وبالتالي فإن عنوان الخبر يحتاج إلى عناية ومهارة فنية في انتقائه، حيث يشترط فيه عدة أمور منها:

١) انتقاء ألفاظه المعبرة في قوة وصراحة وعمق في مادة الخبر وفحواه.

٢) المطابقة التامة بين العنوان والمضمون الذي يشتمل عليه الخبر.

٣) جذب الانتباه وإثارة الاهتمام عبر نقل الأحداث بموضوعية دون تهويل أو تزييف لوقائع الحدث.

٤) الإيجاز في اختيار الكلمات المناسبة للعنوان، والحرص على أن يجيب هذا العنوان على أحد عناصر الخبر الستة.

أما بالنسبة لمتن الخبر فيجب الالتزام بالقواعد التالية:

١) البعد عن استخدام الألفاظ الغربية أو اللاتينية، أو التراكيب اللغوية الصعبة التي يصعب على القارئ فهمها.

٢) الحرص على ذكر المصدر في الخبر، حيث لا يوجد خبر دون أن يكون له مصدر سواء أكان هذا المصدر شخص، أو هيئة أو وزارة أو حتى وسيلة إعلامية أخرى، أو وكالات أنباء، أما الأخبار المجهولة غير معروفة المصدر فهي لا تمثل المصداقية الكاملة عند القراء.

٣) استخدام الفعل المضارع عند الصياغة حيث أن الفعل المضارع من شأنه أن يضفى طابع الحالية على الخبر المنشور.

٤) مراعاة الدقة في صياغة الفقرات دون تكرار لألفاظ وكلمات أكثر من مرة في الفقرة الواحدة، وعدم تفعيل المفهوم ضمنياً من الخبر.

٥) الميل إلى عدم التطويل في الجمل، وإبراز المعاني بأقل عدد من الكلمات، ولا داعي للمترادفات.

٦) تجنب استخدام المبني للمجهول حيث يقوم بتعقيد المعنى بدلاً من سهولته.

فبدلاً من "شوهد قطار وهو يحترق بالركاب" تقول "شاهدت الجماهير القطار وهو يحترق بالركاب".

٧) إذا تضمن الخبر أرقاماً فإن الرقم من (١- ١٠) يكتب بالنسخ (اثنان، ثلاثة- وهكذا) أما بعد ذلك فيمكن أن تكتب الأرقام حسابياً (١١، ١٢، ١٥، ١٨، ٢٢).

٨) عدم الإفراط في الوصف، وأن يترك المحرر الصحفي للقارئ تكوين انطباعاته دون استمالته لاتجاه معين، مثل إنسان طويل جداً يبلغ طوله (ثلاثة أمتار)، فوز ساحق ومستحق للأهلي على الزمالك، نجاح منقطع النظير لافتتاح دورة الأمم الإفريقية بالقاهرة.

٩) عدم إطلاق الألفاظ بصفة مطلقة مثل: كانت ديانا أجمل امرأة في القرن العشرين وفي تاريخ البشرية، أو: كان عبد الناصر أشجع زعيم في منطقة الشرق الأوسط حتى الآن.

هيكلية الخبر وشرحه:

"موفاز: ليفني ليست ذكية وتفتقر للقيادة ولن تكون أبداً رئيسة وزراء" بيت لحم- معا- طالب النائب شاؤول موفاز من كبار أقطاب حزب كاديما المعارض رئيسة الحزب تسيبي ليفني بإجراء انتخابات تمهيدية لاختيار قيادة الحزب على وجه السرعة وتعديل النظام الداخلي للحزب الذي اعتبره غير ديمقراطي بالإضافة إلى تحرير النظام الإداري الداخلي للحزب مما وصفه بقبضة رئيس الحزب.

جاءت هذه المطالب على لسان موفاز في حديث لصحيفة (هأرتس).

وقال موفاز إن فوز ليفني عليه في المنافسة المحمومة التي جرت بينهما على رئاسة حزب كاديما العام الماضي تم بسبب إجراءات غير نزيهة كادت تكون جنائية.

وأعرب موفاز عن اعتقاده بأن لديه فرصاً جيدة للتغلب على السيدة ليفني حال إجراء انتخابات جديدة لرئاسة كاديما مشيراً إلى أنه سيسعى في هذه الحالة إلى تشكيل حكومة وحدة وطنية مع الليكود شرط تعهده بدفع عملية السلام وتغيير نظام الحكم في إسرائيل.

وقال إن ليفني تفتقر إلى القيادة وهي مغرورة، وتفتقر إلى الذكاء ولا تحب الناس وليس لديها القدرة على اتخاذ القرارات وعدم القدرة على التواصل مع الناس تجعل من المستحيل بالنسبة لها أن تصبح رئيسة للوزراء وإنها ارتكبت أخطاء إستراتيجية أدت إلى أزمة عميقة في الحزب".

هذا الخبر........... مضمونه سياسي

يجب الإجابة على جميع الأسئلة الستة وإلا فقد أن يكون خبراً

المكان...... بيت لحم

المصدر....... وكالة معا

أحياناً يكون

الخليل- مراسل القدس الخاص- .... أي أن الموقع في الخليل....... وخاص لجريدة القدس التي استفردت بهذا الخبر من الصحفي.

الخليل- احمد محمد- .... هذا يكون لصحيفة القدس إذا ورد بصحيفة القدس هذا الخبر، ولكن يزود مصادر أخرى بالخبر وليس فقط صحيفة القدس.

يجب دائماً ذكر مصدر الخبر مثلاً:

"جاءت هذه المطالب على لسان موفاز في حديث لصحيفة (هأرتس)"

فإذا وردت أي معلومة في الخبر لابد من ذكر مصدرها إذا كانت في مقابلة، أو من حديث للصحيفة مع الشخص، أو في مؤتمر صحفي...الخ.

كذلك يجب الاستئذان من الشخص بالسماح في نشر الخبر كي لا يفقد الصحفي مصداقيته ومكانته التي هو بحاجة دائماً للحصول على المعلومات منها.

اتجاهات نشر الأخبار:

تبني بعض الصحف منهجها على الصدق والتثبت من صحة الخبر، قبل كل شيء، وبعضها يبني منهجه على ما يسمى بالسبق الصحفي حتى ولو ضحى في سبيل ذلك بالتثبت من صحة الخبر، وكل من المنهجين يستند إلى حقيقة نفسية عند القراء، فأصحاب السبق الصحفي يراهنون على الفضول البشري والرغبة في الاستطلاع ومعرفة الأسرار والمفاجآت إشباعاً للغرور أو ترضية للهفة البشرية.

قد يكون منهج التثبت أكثر جدية في الصحافة واحتراماً لرسالتها، بل واحتراماً للقراء، وأصحاب هذا المنهج لا يرون في صحفهم مجرد أداة للإعلان، بل سجلاً للتاريخ، ومن ثم قد لا يأنفون من نشر خبر، سبق أن نشرته صحف أخرى وإن كان بعضها لا يضع مثل هذه الأخبار السابقة في الأماكن البارزة، من الصحيفة، ولا في صفحاتها الرئيسة.

حدث ذات مرة، أن نشرت بعض صحف القاهرة نبأ، تلقته عن إحدى وكالات الأنباء، عن وفاة سلطان باشا الأطرش، زعيم الدروز، وظهرت الصحف في الصباح، وإذا بالأهرام، وحدها، تغفل نشر هذا الخبر، وروجع رئيس تحريرها الصحفي القديم، أنطون باشا الجميل، في هذا الأمر، فكان جوابه: "إن من لم يمت، في الأهرام، لم يمت"، وبالفعل اتضح أن الأهرام كانت قد تلقت الخبر، من الوكالة نفسها كما تلقته الصحف الأخرى، ولكن رئيس تحريرها اتصل بالمصادر العربية والدبلوماسية، في القاهرة ليتأكد من صحة الخبر، قبل نشره، فنفوا له صحته، وعدم علمهم بشيء، من هذا، وبعد ذلك بيوم، أذاعت الوكالة نفسها اعتذاراً، وتصحيحاً للخبر السابق، قالت فيه إن الذي مات كان والدة سلطان باشا الأطرش، لا الزعيم الدرزي نفسه.

وهكذا اختارت جريدة الأهرام التثبت الصحفي، واحترام القارئ، بدلاً من السبق الصحفي، وليس من شك في أن الأفضل هو الجمع بين السبق الصحفي، والتثبت منه، كلما استطاع الصحفي إلى ذلك سبيلاً، وإذا لم يكن بد من الاختيار، فربما كان، من الأصح أخلاقياً، وإنسانياً ووطنياً، تفضل التثبت على السبق الصحفي، لأن ثقة القراء واحترامهم رأس مال أدبي كبير للصحافة.

التغطية الإخبارية:

هي العملية التي يحصل خلالها المحرر الصحفي على معلومات عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح ما، أو بمعنى آخر، يجيب على كل الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ في شأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح ثم يقيِّم هذه المعلومات ثم يحررها بأسلوب صحفي مناسب وفي شكل صحفي مناسب، وهناك عدة أنواع للتغطية الإخبارية من حيث اتجاه المضمون هي:

١- التغطية المحايدة **Objective News reporting**:

وفيها يقدم الصحفي الحقائق فقط أي قصصاً إخبارية موضوعية خالية من العنصر الذاتي الشخصي والتحيز أي يعرض الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة

بالموضـوع مـن دون تعميـق أبعـاد جديـدة أو تقـديم خلفيـات أو تـدخل بـالرأي أو مـزج الوقائع بوجهات النظر.

٢- التغطية التفسيرية **Interpretative News reporting**:

وفيها يجمـع الـصحفي المعلومـات المساعدة أو التفسيرية إلى جانـب الحقـائق الأساسية للقصص الإخبارية بهدف تفسير الخبر أو شرحه وخدمة القـراء الـذين لـيس لديهم وقت كاف للبحث بأنفسهم بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة تقدم كل التفاصـيل، وتتضمن هـذه التغطيـة وصـف الجـو العـام المحيط بالحـدث، أو وصـف المكـان أو وصـف الأشـخاص وذكـر بعـض المعلومـات الجغرافيـة أو التاريخيـة أو الاقتصادية أو السياسية عن البلد التي وقع فيهـا الحـدث وتحليل الأسباب والـدوافع والنتـائج والآثـار المتوقعـة المبنيـة علـى الجهـد والدراسـة والـربط بـين الواقـع والأحـداث المشابهة وعقد المقارنات.

٣- التغطية المتحيزة أو الملونة **Advocacy News reporting**:

وفي هذه التغطية يركـز الـصحفي علـى جانـب معـين مـن الخبر وقـد يحـذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها أو يشوه بعض الوقائع وقد يخلط وقـائع الخبر برأيه الشخصي وهدف هذه التغطية هو تلوين أو تشويه الخبر.

محرر الأخبار في الصحافة التلفزيونية:

يعد محرر الأخبار العمود الفقـري لـصناعة الأخبـار وأحـد العناصـر الهامـة في فريق العمل الإخباري في القنوات التلفزيونية ولهذا يجب أن:

- يتمتع بحس إخباري قوي فهو يعرف القصة الإخبارية المتميزة ويغطيها.
- قيام المحرر بمتابعة كم كبير من الأحداث.
- تحديد المحرر أهم الأحداث التحى سيتم إذاعتها مـن ذلـك الكـم الكـبير مـن الأحداث اليومية.

- تحرير القصة الإخبارية بدمج المعلومات من عدة مصادر وصياغتها في إطار قصة إخبارية متماسكة، وفي إطار صياغة المحرر لقصته الإخبارية تدور عدة تساؤلات في ذهنه منها: هل قمت بتغطية القصة الإخبارية بدقة وموضوعية وعدالة من خلال تناول كافة أطراف المشكلة ومختلف جوانبها؟ ما هي التبعات والنتائج الإيجابية والسلبية لإذاعة القصة الإخبارية ؟ هل قمت بفضح مصادري السرية أثناء تحرير القصة الإخبارية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر؟ هل التزمت بالحياد في صياغة القصة أم تدخلت أرائي الشخصية وذاتيتي في تحريرها؟

ويعتمد المحرر الأساسي في إطار عمله وصياغته لقصصه الإخبارية بشكل كبير على مصادره الشخصية من مسؤولين ومتخصصين، بالإضافة إلى قواعد البيانات المباشرة كمصادر لصياغة القصص الإخبارية وتحريرها، بالإضافة إلى النقاش والحوار بين المحرر ورئيس التحرير للتعرف على وجهة نظره حول اختيار قصة إخبارية معينة وكيفية معالجتها.

وتوجد في هذا الإطار مجموعة من القواعد المتعلقة بعمل محرري الأخبار في غرفة تحرير الأخبار من أهمها:

- إن العمل في مناخ جماعي قد يحمس بعض المحررين غير الجادين لإنجاز قصصهم الإخبارية بشكل أسرع وأفضل.
- إن العمل في غرفة تحرير الأخبار يساعد المحرر المبتدئ على التعرف على إطار السياسة التحريرية غير المعلنة للقناة، من خلال احتكاكه بزملائه أثناء تحرير القصص الإخبارية، حيث يتفهم ظروف المجتمع بشكل أوضح ويرشده- الزملاء الأقدم- لاختيار قصصاً إخبارية لا تصطدم- بشكل كبير- مع عادات وتقاليد وأفكار مجتمعه والخط التحريري للقناة، وأهمية مراعاة ذلك أثناء معالجته لتلك القصص الإخبارية.

وتوجد علاقة مباشرة بين رئيس التحرير والمحررين، حيث يكون هناك اجتماعاً يومياً بينهم في بداية اليوم في العادة تتم فيه مناقشة كافة الإمكانات المتاحة لتغطية أكبر وأهم عدد ممكن من القصص الإخبارية.

مهام المحرر الأخباري:

توجد عدة مهام منبثقة من مهمة المحرر ومنها:

١- محرر المهام **Assignment Editor**:

يرتبط عمله بشكل كبير بدور المنتج، حيث أنه مسؤول عن التأكد من بعض تفاصيل العمل ومنها:

- التأكد من أن المراسلين لديهم وقتاً كافياً لتغطية قصصهم الإخبارية، ووضع جداول لكل من سيقوم بتغطية القصص الإخبارية خلال هذا اليوم من العاملين في التخصصات المختلفة، بالإضافة إلى ووضع أفكار القصص الإخبارية الجديدة التي يمكن تغطيتها.
- وهناك العديد من القنوات التلفزيونية لديها أكثر من محرر مهام، يعمل بعضهم خلال ساعات النهار والبعض الآخر يعمل خلال ساعات الليل، حيث أن من مهام عمله ما يتطلب أن يكون دائماً في وضعية الاستعداد للرد على أي استفسار من أي جهة للقناة حول القصص الإخبارية المذاعة، كما يجب أن يكون على اتصال مباشر بفريق العمل الإخباري في الميدان لحل أي مشكلات يقعون فيها أو لتوجيههم نحو تغطية أحداث عاجلة من مواقع الأحداث[1].

٢- المحرر المُخطط **Planning Editor**:

يُعد المحرر المُخَطِط من العناصر الأساسية في فريق العمل الإخباري في القنوات التلفزيونية الكبرى، ويطلق عليه أيضاً Metro Editor ومن مهامه:

(١) اتجاهات الإعلام الغربي- دراسة في الإعلام الانكلو- أمريكي بغداد- دار الحرية ١٩٩٥ ص١٦

- التعامل مع المحررين في صالة تحرير الأخبار، بالإضافة إلى مهمته الأساسية "التخطيط طويل المدى" لتغطية الأحداث الإخبارية المستقبلية مثل الانتخابات، كما أنه يكون مسؤولاً عن متابعة تنفيذ الحلقات الخاصة حول بعض الأحداث الاستثنائية، بالإضافة إلى التقارير المتخصصة في المجالات الاقتصادية والطبية وغيرها، وقد يعاونه في أداءه عمله بعض الباحثين المتخصصين في هذه المجالات.

ويتعامل المحررون بشكل مباشر مع رئيس التحرير باعتباره المسؤول الأول عن اختيار القصص الإخبارية التي ستظهر على الشاشة ويحدد ترتيب ظهورها، كما إنه المسؤول النهائي عن مستوى النشرة، لهذا يتابع باستمرار النشرات المنافسة في القنوات الأخرى لمعرفة آخر المستحدثات واللحاق بها.

ورئيس التحرير الناجح يخلق مناخاً من الهدوء الذي يسمح بالإبداع والابتكار والعمل بحرية في غرفة تحرير الأخبار إذ يجب أن يكون قادراً على إدارة العملية الإبداعية بدون أن يؤثر عليها أو يقيدها.

الفصل الخامس

فن المقال

المقالة:

تُعد الحياة في البحر مسرفة إسرافاً أبعد من كل خيال سواءً في وفرتها أو تنوّعها أو قِدمها أو غرابتها أو جمالها أو شراستها بغير تعقل وبما ليس له نظير آخر في الطبيعة وتتراوح الكائنات البحرية من ملايين بلايين الكائنات الميكروئية التي تجوب البحر في المياه الزرق إلى حيتان المحيط المتجمد الجنوبي الزرق الذي يبلغ طول الواحد منها ثلاثين متراً ويزن مائة وثلاثين طناً وتشتمل هذه الكائنات على أجمل الأنواع التي لم تجد الطبيعة بمثلها كتلك الأسماك الرائعة الفضية وتلك الحيوانات التي تتفتح كالزهور وكتلك الشعب المرجانية المتلألئة وكتلك الديدان التي يبلغ طولها سبعة وعشرين متراً وكتلك الأسماك التي تتلون بأحد ثمانية ألوان فإذا وقفنا عند أكبر هذه الكائنات وهو الحوت فإنه يحتاج إلى أربعة أطنان من السمك تدخل في معدته حتى يشعر بالشبع ويحتاج وليده إلى ثلاثمائة كيلو من الحليب في الرضعة الواحدة.

ويتدفق من جسم الحوت في أثناء صيده ثمانية أطنان من الدم وفيه خمسة وعشرون طناً من الدهن وخمسون طناً من اللحم وعشرون طناً من العظام وتزن أعضاؤه الداخلية ثلاثة أطنان ولسانه طنين ونصف ويستخرج منه ما يزيد على مائة وعشرين برميلاً من الزيت وقد استطاع حوت أن يجر سفينة ثمانية ساعات ونصف بسرعة خمس عقد في الساعة والسفينة تُعمِل محركاتها بأقصى اتجاه معاكس لسيره.

هذه فقرات من مقالة علمية عن الكائنات البحرية مأخوذة من مجموعة "لايف" العلمية أردنا أن نستهل بها هذه المقال عن فن المقالة لتكون تجسيداً ومتكأً للأفكار النظرية المتعلقة بهذا الموضوع.

تعريف المقالة:

المقالة كما يعرفها أدمون جونسون فن من فنون الأدب وهي قطعة إنشائية ذات طول معتدل تُكتب نثراً وتُلِمّ بالمظاهر الخارجية للموضوع بطريقة سهلةٍ سريعة ولا تعنى إلا بالناحية التي تمسّ الكاتب عن قرب.

- قطعة نثرية قصيرة أو متوسطة، موحدة الفكرة، تعالج بعض القضايا الخاصة أو العامة، معالجة سريعة تستوفي انطباعاً ذاتياً أو رأياً خاصاً، ويبرز فيها العنصر الذاتي بروزاً غالباً، يحكمها منطق البحث ومنهجه الذي يقوم على بناء الحقائق على مقدماتها، ويخلص إلى نتائجها.
- قطعة مؤلفة متوسطة الطول، وتكون عادة منثورة في أسلوب يمتاز بالسهولة والاستطراد، وتعالج موضوعاً من الموضوعات على وجه الخصوص.ويعرفها الكاتب آرثر بنسن بأنها:
- تعبير عن إحساس شخصي، أو أثر في النفس أحدثه شيء غريب، أو جميل أو مثير للاهتمام، أو شائق أو يبعث الفكاهة والتسلية.

ويصف كاتب المقالة بأنه:

شخص يعبر عن الحياة، وينقدها بأسلوبه الخاص.. فهو يراقب ويسجل ويفسر الأشياء كما تحلو له.

تعريف النقاد العرب لفن المقالة:

- يقول الدكتور محمد يوسف نجم: المقالة قطعة نثرية محدودة في الطول والموضوع، تكتب بطريقة عفوية سريعة خالية من التكلف، وشرطها الأول أن تكون تعبيراً صادقاً عن شخصية الكاتب.
- ويقول الدكتور محمد عوض: إن المقالة الأدبية تشعرك وأنت تطالعها أن الكاتب جالس معك، يتحدث إليك.. وأنه ماثل أمامك في كل فكرة وكل عبارة.

والمقالة- بتعريف آخر- قطعة من النثر معتدلة الطول تعالج موضوعاً ما معالجة سريعة من وجهة نظر كاتبها وهي بنت الصحافة نشأت بنشأتها وازدهرت بازدهارها.

كلمة "موضوعاً ما" في التعريف تعني أن المقالة من أكثر الفنون الأدبية استيعاباً وشمولاً لشتى الموضوعات فموضوعات كالتضخم النقدي وأساليب الإعلان والتخدير بالإبر لا يمكن أن تحملها أجنحة الشعر ولا حوادث القصة ولا حوار المسرحية والمقالة وحدها تتقبل مثل هذه الموضوعات وأي موضوعات أخرى وتجيد توضيحها وتحسن عرضها.

وكلمة "معالجة سريعة" في التعريف تعني أن كاتب المقالة ما زاد على أنه سجل تأملات أو تصورات أو مشاهدات تغلب عليها العفوية والسرعة فلو كانت المعالجة متأنية فجمعت الحقائق وفحصت وصنفت واعتمد على الإحصاء والتجرية والمتابعة لعُدّ هذا العمل بحثاً علمياً وليس مقالة أدبية.

فلو قرأت في مجلة علمية أن طيور البلاكبول تطير في الخريف إلى شاطئ المحيط الأطلسي ومن هناك تقوم برحلة جوية لا تصدق فوق البحار في اتجاه أمريكا الجنوبية مجتازة مسافة أربعة آلاف كيلو متر بلا توقف خلال ست وثمانين ساعة على ارتفاع يزيد على ستة آلاف متر لو قرأت هذه الفقرة لعرفت أن هذه الأسطر قد كلفت العلماء سنوات طويلة من الملاحظة والمتابعة فهذه فقرة من بحث علمي وليس مقالة أدبية.

وكلمة من "من وجهة نظر كاتبها" تعني أن المقالة تعبِّر عن ذات كاتبها أكثر مما تُعبِّر عن موضوعها، لأن كاتب المقالة يرى الأشياء من خلال ذاته وما يعمل فيها من مشاعر وانفعالات.

وهذا أحد الكتاب يتحدث عن طائره:

"طائر صغير أحببته شهوراً طوالاً غرد لكآبتي فأطربها ناجى وحشتي فآنسها غنّى لقلبي فأرقصه ونادم وحدتي فملأها ألحاناً".

نشأتها :

يعتبر فن المقالة من الفنون الأدبية المستقلة والمنفردة بخصوصيتها وقوانينها، وكما أنها تعتبر من الفنون المهمة جداً في حياة الأدب سواء كان أدباً عربيا أم غربياً.

وقد نشأت المقالة في أحضان الصحافة، وتطورت بتطورها، ونافست الشعر في تناول أدق الموضوعات والأفكار، وحازت قصب السبق في تنوع الطرح، لأن لغتها النثر، والنثر تعبير سلس طيع غير مقيد بوزن ولا قافية كالشعر، يسهل توظيفه في كل موضوع ومعنى بخلاف الشعر..

نشأت المقالة الحديثة في الغرب، على يد مونتني (الفرنسي) في القرن السادس عشر، وكانت تتسم بطابع الذاتية، فقد كان يفيد من تجربته الذاتية في تناول الموضوعات التربوية والخلقية التي انصرف على معالجتها، فلقيت مقالاته رواجاً في أوساط القراء، ثم برز في إنكلترا فرنسيس باكون في القرن السابع عشر فأفاد من تجربة مونتني، وطور تجربته الخاصة في ضوئها، ولكن عنصر الموضوعية كان أشد وضوحاً في مقالاته، مع الميل إلى الموضوعات الخلقية والاجتماعية المركزة، وفي القرن الثامن عشر بدت المقالة نوعاً أدبياً قائماً بذاته، يتناول فيه الكتاب مظاهر الحياة في مجتمعهم بالنقد والتحليل وقد أعان تطور الصحافة على تطوير هذا العنصر الأدبي، وبرز فيه عنصر جديد وهو عنصر السخرية والفكاهة وإن كانت الرغبة في الإصلاح هي الغاية الأساسية لهذا الفن الجديد، وفي القرن التاسع عشر اتسع نطاق المقالة لتشمل نواحي الحياة كلها، وازدادت انطلاقاً وتحرراً واتسع حجمها بحكم ظهور المجلات المتخصصة.

والسؤال الذي يتردد هنا: هل عرف أدبنا العربي القديم فن المقال؟

في أدبنا العربي القديم عُرف فن يسمى بالفصول والرسائل وهو يقترب من الخصائص العامة لفن المقال مثل: رسائل عبد الله بن المقفع وعبد الحميد الكاتب، ورسائل الجاحظ، وأبو حيان التوحيدي في كتابيه (الإمتاع والمؤانسة، وأخلاق

الوزيرين)، كما نستطيع أن نجده في تراث الأمم الأخرى منذ الإغريق والرومان، وفي الكتب الدينية والفلسفية وكتب الحكماء.

ولكن المقالة تنفرد بمميزات خاصة عن فن الفصول والرسائل، فقد تأثر كتّاب المقالة الحديثة بالاتجاهات السائدة في الآداب الغربية، مما أثرى المقالة بخصائص فنية تجعلها متفردة عن باقي الأجناس الأدبية الأخرى.

أسباب تطور فن المقال وتخلصه من التكلف اللفظي:

١- التأثر بالغرب وصحافته.

٢- ارتقاء الوعي وظهور الأحزاب السياسية والتيارات الفكرية التي أحدثتها أحداث بارزة مثل مجيء: جمال الدين الأفغاني، والثورة العرابية، والاحتلال البريطاني، وحركة تأسيس المدارس والكليات، ونشاط الحركة الاستعمارية في أقطار المغرب العربي.

٣- ظهور المدرسة الصحفية الحديثة، وبرزت صحف كثيرة من مثل المؤيد اللواء، الجريدة، السفور، السياسية، البلاغ.

٤- ظهور المجلات المتخصصة التي أحاطت بمكونات المقالة العربية.

ولهذا أصبحت المقالة أكثر قدرة على مخاطبة الواقع والاهتمام بقضاياه عما كانت في السابق.

يتمتع المقال بحضور بارز في كل وسائل الإعلام المنتشرة ولكنه يكون موجود بصورة واضحة في الصحافة التي تبرز المقال بشكل أو بآخر لكونه منتج إعلامي في الصحيفة الوحدة لاعتماد بعض الصحف على أسماء بعينها تستقطب جمهور واسع..

تعريف المقال الصحفي:

هو: الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة وعن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية والقضايا التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي.

ويقوم الصحفي من خلال شرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة.

وإذا كانت المقالة تعبير عن سياسة الجريدة كالمقال الافتتاحي، أو تعبير عن آراء كبار كتابها كما هو الشأن في العمود الصحفي، أو المقال التحليلي، أيضاً هناك جوانب أخرى من المقالات الصحفية التي هي تعبير عن آراء كتاب ومفكرين لا يعملون في الصحيفة، ولا يشترط أن تتوافق كتاباتهم مع سياسة الصحيفة أو المنشأة الإعلامية وقد تتعارض معها، ولكن يتم النشر بناء على حرية الرأي.

المقالة فن عصري:

كُتب على غلاف أحدى المجلات ذات الطبعات الدولية أكثر من مائة مليون يقرؤون هذه المجلة في مائة وثمانين بلداً وبخمسة عشر لغة، فما سر هذا الإقبال الشديد على مطالعة المقالات المنوعة في الصحف والمجلات وفي كل أقطار العالم ؟.

في هذا العصر الذي طغت فيه المادة على القيم ونما العقل على حساب القلب وتعقدت أنماط الحياة وكثرت متطلباتها واستهلك كسب الرزق معظم الوقت واختُصر كل شيء حتى اختصرت الشهور في ساعات والسنون في أيام وظهرت الحاجة ملحة إلى مطالعات سريعة خفيفة، فتطلع الناس إلى الصحف والمجلات واستهوتهم الكتيبات والدوريات، وكأن الناس أرادوا أن يختصروا البحر في قارورة والبستان في باقة وضياء الشمس في بارقة وهزيم الرعد في أغرودة وبحثوا عن فن أدبي يدور معهم أينما داروا ويرافقهم حيثما ساروا ويكون معهم في حلّهم وترحالهم وأحزانهم وأفراحهم في لهوهم وجدّهم يعبر عن نشاطهم العقلي وعن اضطرابهم النفسي كذلك اختصرت الكتب في مقالات فجاءت بلسماً شافياً لمرض العصر ودواءً لضيق الوقت فكانت المقالة من أوسع الفنون الأدبية انتشاراً، لأنها أقلها تعقيداً وأشدها وضوحاً وأكثرها استيعاباً لشتى الموضوعات وأيسرها مرونة على الكاتب وأسهلها هضماً على القارئ.

لغة المقال الصحفي:

لغة المقال هي لغة الحياة ولغة المواطن العادي، أي هي لغة يفهمها جميع القراء مهما اختلفت مستوياتهم التعليمية أو الثقافية أو الاجتماعية.

ويختلف المقال الأدبي عن العلمي فالأدبي يعبر عن عواطف كاتبه وتجربته الذاتية ومشاعره الوجدانية تجاه موقف خاص أو عام، وهو يقوم كذلك على الصور البيانية أو المحسنات اللفظية.

في حين أن المقال العلمي يعتبر أداة العالم لوصف الحقائق العلمية من خلال منهج علمي يقوم على الموضوعية المطلقة، ويقوم على النظريات والأرقام والإحصائيات والمصطلحات العلمية التي لا يفهمها سوى المتخصصون في كل من العلوم.

أما المقال الصحفي فهو وسط بين الاثنين ففيه شيء من ذاتية الكاتب الأدبي وشيء من موضوعية العالم..

ولغة المقال الصحفي تقوم على السهولة والبساطة والوضوح وقد تستفيد بشيء من جمال الأسلوب الأدبي وقد تستفيد بكثير من دقة الأسلوب العلمي ولكن يبقى أن ما يميز المقال الصحفي هو أسلوبه البسيط الواضح السهل والاختصار وتركيز الفكرة.

لكن لا يعني ذلك أن تكون لغة المقال الصحفي هي العامية، وإنما يجب أن تكون لغة المقال الصحفي لغة عربية فصحى ولكنها ليست فصحى العصر الجاهلي أو العصر العثماني، وإنما فصحى عصر الصحافة.. أي العصر الحديث.

وظائف المقال الصحفي:

- ❖ الإعلام: بتقديم معلومات وأفكار جديدة عن الأحداث أو القضايا أو المشاكل التي تشغل الرأي العام.
- ❖ شرح وتفسير الأخبار اليومية الجارية والتعليق عليها بما يوضح أبعادها أو جوانبها المختلفة.

- التثقيف: عن طريق نشر المعارف الإنسانية المختلفة.
- الدعاية السياسية: بنشر سياسة الحكومات والأحزاب ومواقفها المختلفة من قضايا المجتمع.
- الدعاية الإيديولوجية: عن طريق نشر المعارف والفلسفات والدفاع عنها.
- تعبئة الجماهير: لخدمة نظام سياسي أو اجتماعي معين بالإيجاب، أو للمساهمة في التنمية الوطنية.
- تكوين الرأي العام في المجتمع والتأثير على اتجاهاته سواء بالسلب أو الإيجاب.
- التسلية والإمتاع وهو الأمر الذي تحققه المقالات الترفيهية أو الضاحكة أو الساخرة أو المسلية أو الظريفة.

عناصر المقالة:

- المادة:

فالمادة هي مجموعة الأفكار والآراء والحقائق والمعارف والنظريات والتأملات والتصورات والمشاهد والتجارب والأحاسيس والمشاعر والخبرات التي تنطوي عليها المقالة ويجب أن تكون المادة واضحة لا لبس فيها ولا غموض وأن تكون صحيحة بعيدة عن التناقض بين المقدمات والنتائج فيها من العمق ما يجتذب القارئ وفيها من التركيز ما لا يجعل من قراءتها هدراً للوقت وفيها وفاء بالغرض بحيث لا يُصاب قارئها بخيبة أمل وأن يكون فيها من الطرافة والجدة بحيث تبتعد عن الهزيل من الرأي والشائع من المعرفة والسوقي من الفكر، وفيها من الإمتاع بحيث تكون مطالعتها ترويحاً للنفس وليس عبئاً عليها.

إن مهمة الكاتب ليست في إضعاف النفوس بل في تحريك الرؤوس، وكل كاتب لا يثير في الناس رأياً أو فكراً أو مغزى يدفعهم إلى التطور أو النهوض أو السمو على أنفسهم ولا يحرك فيهم غير المشاعر السطحية العابثة ولا يقرّ فيهم غير الاطمئنان الرخيص ولا يوحي إليهم إلا بالإحساس المبتذل ولا يمنحهم غير الراحة الفارغة ولا يغمرهم إلا في التسلية والملذات السخيفة التي لا تكوّن فيهم شخصية ولا

تثقف فيهم ذهناً ولا تربي فيهم رأياً لهو كاتب يقضي على نمو الشعب وتطور المجتمع.

❖ الأسلوب:

وهو الصياغة اللغوية والأدبية لمادة المقالة أو هو القالب الأدبي الذي تصب فيه أفكارها ومع أن الكتّاب تختلف أساليبهم بحسب تنوع ثقافاتهم وتباين أمزجتهم وتعدد طرائق تفكيرهم وتفاوتهم في قدراتهم التعبيرية وأساليبهم التصويرية ومع ذلك فلا بد من حدٍّ أدنى من الخصائص الأسلوبية حتى يصح انتماء المقالة إلى فنون الأدب.

فلا بد في أسلوب المقالة من الوضوح لقصد الإفهام والقوة لقصد التأثير والجمال لقصد الإمتاع فالوضوح في التفكير يفضي إلى الوضوح في التعبير ومعرفة الفروق الدقيقة بين المترادفات ثم استعمال الكلمة ذات المعنى الدقيق في مكانها المناسب سبب من أسباب وضوح التعبير ودقته (لمح- لاح- حدَّج- حملق- شخص- رنا- استشف- استشرف) ووضوح العلاقات وتحديدها في التراكيب سبب في وضوح التركيب ودقته فهناك فرق شاسع بين الصياغتين (يُسمح ببيع العلف لفلان- يسمح لفلان ببيع العلف).

والإكثار من الطباق يزيد المعنى وضوحاً وقديماً قالوا: (وبضدها تتميز الأشياء) الحرُّ والقرُّ والجود والشحُّ والطيش والحلم واستخدام الصور عامة والصور البيانية خاصة يسهم في توضيح المعاني المجردة مثال ذلك:

الأدب اليوم عصا بيد الإنسانية بها تسير لا مرود تكحل به عينها وهو نور براق يفتح الأبصار وليس حلية ساكنة بديعة تزين الصدور.

- القوة في الأسلوب:

والقوة في الأسلوب سبب في قوة التأثير فقد يسهم الأسلوب في إحداث القناعة لكن قوة الأسلوب تحدث "موقفاً"، وتأتي قوة الأسلوب من حيوية الأفكار ودقتها ومتانة الجمل وروعتها وكذلك تسهم في قوة الأسلوب الكلمات الموحية

والعبارات الغنية والصورة الرائعة والتقديم والتأخير والإيجاز والإطناب والخبر والإنشاء والتأكيد والإسناد والفصل والوصل.

مثال ذلك:

إذا أردنا أن نعيش سعداء حقاً فما علينا إلا أن نراقب القمح في نموه والأزهار في تفتحها ونستنشق النسيم العليل ولنقرأ ولنفكر ولنشارك تايلر في إحساسه إذ يقول: سلبني اللصوص ما سلبوا ولكنهم تركوا لي الشمس المشرقة والقمر المنير والحياة الفضية الأديم وزوجة مخلصة تسهر على مصالحي وتربية أطفالي ورفقاء يشدون أزري ويأخذون بيدي في كُربي فماذا سلبني اللصوص بعد ذلك ؟.. لا شيء فها هو ذا ثغري باسم وقلبي ضاحك وضميري نقي طاهر.

- **الجمال في الأسلوب:**

إذا كان الوضوح من أجل الإفهام والقوة من أجل التأثير فالجمال من أجل المتعة الأدبية الخالصة وحينما يملك الكاتب الذوق الأدبي المرهف والأذن الموسيقية والقدرات البيانية يستطيع أن يتحاشى الكلمات الخشنة والجمل المتنافرة والجرس الرتيب وحينما يوائم بين الألفاظ والمعاني ويستوحي من خياله الصورة المعبرة يكون أسلوبه جميلاً.

مثال ذلك:

البرج العاجي الخلقي هو السمو عن المطامع المادية والمآرب الشخصية فليس من حق مفكر اليوم أن ينأى بفكره عن معضلات زمانه ولكن من واجبه أن ينأى بخلقه عن مباذل عصره وسقطاته، البرج العاجي عندي هو الصفاء الفكري والنقاء الخلقي وهو الصخرة التي ينبغي أن يعيش فوقها الكاتب مرتفعاً عن بحر الدنايا الذي يغمر أهل عصره، لا خير عندي للمفكر الذي لا يعطي من شخصه مثلاً لكل شيء نبيل رفيع جميل.

❖ الخطة:

ويسميها بعضهم الأسلوب الخفي وهي المنهج العقلي الذي تسير عليه المقالة فإذا اجتمعت للكاتب أفكار وآراء يريد بسطها للقراء وكان له من الأسلوب ما يستطيع أن تشرق فيه معانيه وجب ألا يهجم على الموضوع من غير أن يهيئ الخطة التي يدفع في سبيلها موضوعه.

والخطة تتألف من مقدمة وعرض وخاتمة، والمقدمة هي المدخل وتمهيد لعرض آراء الكاتب ويجب أن تكون أفكار المقدمة بديهية مسلماً بها ولا تحتاج إلى برهان وأن تكون شديدة الاتصال بالموضوع وأن تكون موجزة ومركزة ومشرقة.

وأما العرض فهو صلب الموضوع وهو الأصل في المقالة وفيه تعرض أفكار الكاتب عرضاً صحيحاً وافياً متوازناً مترابطاً متسلسلاً ويُستحسن أن يمهد الكاتب لكل فكرة ويربطها بسابقتها ويذكر أهميتها ويشرحها ويعللها ويوازنها مع غيرها ويذكر أصلها وتطورها ويدعمها بشاهد أدبي أو تاريخي ويُفضل أن تُعرض كل فكرة رئيسة في فقرة مستقلة.

والخاتمة تلخص النتائج التي توصل إليها الكاتب في العرض ويجب أن تكون واضحة صريحة حازمة.

ومما يتصل بالحديث عن عناصر المقالة الحديث عن أنواعها:

فمن حيث الموضوع هناك المقالة الاجتماعية والسياسية ومن حيث الأسلوب هناك المقالة العلمية والأدبية ومن حيث الطول هناك المقالة المطولة والخاطرة ومن حيث اللبوس الفني هناك المقالة القصصية والتمثيلية ومقالة الرحلات ومقالة الرسالة ومن حيث موقف الكاتب هناك الذاتية والموضوعية ومن حيث طرق نقلها إلى الجمهور هناك المقالة المقروءة والمسموعة والمنظورة.

أقسام المقالة :

أ- ذاتية:

- تهتم بإظهار شخصية الكاتب.
- تهتم بالأسلوب الأدبي أو الجمالي.
- تكون ميول الكاتب وعواطفه حيّة في هذه المقالة.
- حرة في أسلوبها لا تحكمها ضوابط معيّنة.

ب- موضوعية:

- تطرح موضوعاً معيّناً وتكشف عن خفاياه ليكون الموضوع واضحاً للقارئ.
- يكون الأسلوب فيها واضحاً وبسيطا من غير غموض ولبس.
- تحرض المقالة الموضوعية على استخراج النتائج وتقديم الأدلة والمقدمات والتقيّد بالموضوع.

موضوعات المقالة :

تعددت الموضوعات التي عالجتها المقالة في الصحف والمجلات، وتنوعت بتنوع العلوم والمعارف.

ولعل أبرز موضوعاتها :

١- المقالات السياسية:

وهي التي تتناول موضوعات السياسة كالعلاقات بين الدول، والحروب التي تمليها السياسة، وأثر الحروب على الأمم والشعوب، وما إلى ذلك..

٢- المقالات الاجتماعية:

وهي المقالات التي تعالج قضايا المجتمع ومشكلاته، مثل قضايا الأسرة، والأمراض الاجتماعية، وانعدام الوعي الاجتماعي، وما إلى ذلك.

٣- المقالات الأدبية:

وهي التي تعرض موضوعاً في الأدب أو النقد.

٤- المقالات التأملية:

وهي التي تعرض مشكلات الحياة والكون والنفس الإنسانية، ويعتمد الكاتب فيها على فكره وتأمله ويدرس المشكلة حسب ما تمليه عليه نظرته ورؤيته.

٥- المقالات التاريخية:

وهي التي تتخذ من أخبار التاريخ وأحداثه ووقائعه موضوعاً، مثل نكبة البرامكة، وخروج المسلمين من الأندلس، وما إلى ذلك..

هيكل المقالة:

المقالة كأي فن أدبي آخر له أسلوبه الخاص في الطرق، ومن أهم الأمور التي لابد من معرفتها هو أن المقالة تحمل بين طياتها هيكلاً يسير عليه أكثر الكتّاب وهو كما يلي:

١- المقدمة:

مقدمة المقالة هي فقرات تطرح التمهيد للقضية وتهيئة القارئ للدخول في عمق المقالة أو في موضوع المقالة ليكون ملماً بأفكار المقالة في المقدمة.

فعلى كاتب المقالة أن يحاول في كتابة المقدمة توضيح الفكرة أو يعطي القارئ علامات وأدلّة يخبر فيها القارئ بما سيقوم بطرحه في المقالة التي بين يديه.

٢- الموضوع:

إن جزء الموضوع هو محور المقالة وسبب كتابتها وكثيراً ما يكون هذا الجزء هو مصدر القوة في المقالة بحيث إن القارئ يأتي إلى هنا وهو ملم ببعض الأفكار التي استقاها من المقدمّة.

ولذلك على الكاتب أن يهتم بالموضوع هنا ويستطيع الكاتب في هذا الجزء طرح وجهات نظره وكل ما يريد.

٣- الخاتمة:

وهي استنتاجات الكاتب للمحصّلة النهائية لموضوع مقالته وعرض خلاصة بسيطة عن مضمون المقالة، وفي هذا الجزء من المقالة يستطيع الكاتب أن يرمي بعنصر المفاجأة كما يسميه البعض ليفاجئ القارئ في نهاية رحلته مع المقالة.

٤- الأسلوب:

يعتبر الأسلوب هو الروح الخاصة بالمقالة والتي عن طريقه يمكن معرفة هل يستطيع القارئ الاستمرار في القراءة أم لا، فالكاتب الجيّد هو من يحاول استدراج القارئ بطريقة سهلة ومحببة للقارئ تجعله يتفاعل مع المقالة حتى نهايتها.

موجز لأهم أصول كتابة المقالة الجيدة:

١- البساطة والعفوية والوضوح في التعبير وتجنب كل ما يوجب التعقيد والغموض أو التشويش والالتباس.

٢- فهم الكاتب فهماً كاملاً للموضوع الذي يكتب فيه بجميع فروعه وجوانبه، فمن لا يفهم لا يستطيع أن يفهم.

٣- مراعاة القواعد النحوية والإملائية للغة التي يكتب بها.

٤- تجنب استعمال المصطلحات الخاصة والألفاظ الغريبة التي يمكن أن تعيق القارئ عن فهم ما يكتب.

٥- عرض الأفكار في تسلسل وتدرج تام وبنحو يجعلها مترابطة ترابطاً دقيقاً في ذهن القارئ.

٦- التزام الدقة في نقل المعلومات وتدوين الأرقام والحقائق المستمدة.

٧- استعمال أدوات الربط اللفظية والتعبيرية اللازمة لتحقيق الترابط المحكم بين الجمل والعبارات والفقرات، ويتبع ذلك التقيد أيضاً بعلامات الترقيم لأن مهمتها الإيضاح أو زيادته.

٨- الاستعانة بالأمثلة والشواهد التي تعين على تقريب الأفكار والمعلومات إلى ذهن القارئ وتساعده على تصورها.

٩- مراعاة الأمانة التامة في النقل والاقتباس.

١٠- وضع في الاعتبار أن الهدف الرئيس في المقالة الموضوعية هو الوصول إلى قناعة القارئ بما يطرح من الأفكار والمرئيات، ومما يحقق ذلك قناعة الكاتب نفسه بموضوعه وأفكاره والتسلسل في عرضها والوضوح في التعبير عنها واستعانته بالأدلة والبراهين والحجج في إثباتها أو دعمها.

١١- التزام الموضوعية التامة في طرح الموضوع ومناقشته، مع التزام الدقة والوضوح والأصالة في التعبير عن أفكاره.

١٢- البعد عن التعسف والجدل وكل ما يؤدي إلى نفور القارئ وإحساسه بإصرار الكاتب على آرائه.

أنواع المقال الصحفي:

هناك تقسيمات عديدة للمقال الصحفي، بعضها يعتمد على المضمون، في تقسيمه، والبعض الآخر، على الشكل، والبعض، على الوظيفة، فمنها:

١- المقال الافتتاحي Editorial:

وهو مقال رأي تنشره الجريدة، في صفحة الرأي Editorial page، أو صفحة الرأي الآخر Open page، وأحياناً في الصفحة الأولى، أو صفحة داخلية، حسب تبويب الصحيفة، وتعبر فيه الصحيفة عن آرائها، ومواقفها من قضية راهنة، أو مادة نشرتها، أو تنشرها الصحيفة، أو صحف أخرى، أو موقف، أو حدث، أو قضية مثارة، وينطق بلسان الجريدة، ويحمل اسمها، وترجع أهمية هذا النوع، من المقالات، إلى أنها تعكس موقف الجريدة، وتوجهها التحريري، وانحيازها، تجاه قضية من القضايا، ورؤيتها لتداعيات الأحداث.

لذا، يمكن القول إن المقال الافتتاحي هو: "تعبير موضوعي، عن رأي الصحيفة، تدعمه الحقائق، والأدلة، والإحصائيات، في أهم أحداث اليوم، التي تمس مصالح أكبر عدد، من القراء، وتثير اهتمامهم، وتدفعهم إلى العمل، على تنمية المجتمع وترقيته".

وهنـاك تـصنيف، للمقـال الافتتـاحي، أشـار إليـه شـيلتون بـوش، في كتابـه "كتابة الافتتاحية والتفكير فيها"، إذ ينقسم في رأيه، وفقاً للهدف منه، إلى:

أ- المقال الافتتاحي الشارح:

وهـو الـذي يفسر الأخبـار، أو الأحـداث، ويجلـي أبعادهـا، ويُفـترض فيـه أن يلتزم بالموضـوعية، فـلا يتبنـى آراء مسبقة، وإنمـا تقتصر مهمتـه علـى شـرح الأخبـار فقط.

ب- المقال الافتتاحي النزالي:

وهـو المقـال، الـذي ينطلـق مـن آراء مـسبقة، يريـد كاتـب المقـال أن يحمـل القـارئ، علـى اعتناقهـا، مـستخدماً أسـلوب النزاليـات، الـذي يحتمـل شـجب الآراء المخالفة، وفقاً لذلك المنطق الخطابي.

ج- المقال الافتتاحي التكهني:

وهو الذي يقوم بما يشبه عملية استكشاف للنتائج المتوقعة، والتي يمكن حدوثها، في المستقبل، وبناء على معرفة كاتب المقال بحقائق ما حدث، وإدراكه لطبيعة القوى، التي تحكمه، فإنه قد يتوقع أحداثاً في المستقبل، ومثل هذا المقال تنشره الصحيفة، متى كانت واثقة من معلوماتها، وقدرتها على فحص الأحداث، والاتجاهات التي تسفر عنها الأيام.

وتشكل المقالات الافتتاحية العنصر، أو المكون الرئيسي، لصفحة الرأي، وهي لا تحمل توقيع محرر، أو كاتب، بل اسم الجريدة (أو المجلة)، وعادة ما يكون لها عنوان ثابت (كلمة اليوم) (رأي.....)، وموقع ثابت، ومساحة شبه ثابتة، وقد يكون مقالة واحدة تعالج موضوعاً واحداً، أو عدة مقالات تعالج أكثر من موضوع.

ويتميز المقال الافتتاحي، عن غيره من أنواع المقالات، بالسمات التالية:

- التزام كاتب المقال الافتتاحي بالتعبير عن سياسة الصحيفة، بينما لا يلتزم به كاتب المقال الصحفي: التحليلي أو المقال النقدي، أو المقال العمودي، وإن كان لا يستطيع مناقضة السياسة التحريرية للصحيفة.

- لا يُوقَّع المقال الافتتاحي باسم كاتبه، باعتبار أنه يمثل آراء هيئة تحرير الصحيفة كلها، وليس محرراً بعينه، أما المقالات الصحفية الأخرى فهي تنسب إلى كاتبيها.
- للمقال الافتتاحي، مكان ثابت، في الصحيفة، وعنوان ثابت، كما أنه يُنشر بانتظام، ويتفق معه، في ذلك العمود الصحفي فقط، (وبعض أنواع المقالات التحليلية لكبار الكتاب، التي تنشر، بشكل منتظم، في أحد أيام الأسبوع مثلاً)، أما باقي المقالات التحليلية، والنقدية فليس لها مكان ثابت، ولا تنشر إلا، وفق لرغبة ومقدرة كاتبيها.
- ضرورة أن يتميز كاتب المقال الافتتاحي بالقدرة على الكتابة الإقناعية Persuasive أكثر من الكتابة الإعلامية Informative.

٢- المقال القائد الموقّع **Leading Article**:

وهو نوعية من المقالات، يكتبها، عادة، كبار الكتاب، وخاصة رؤساء التحرير، وكبار محرري الجريدة، وبعضها له عنوان ثابت. وموعد ثابت (أسبوعي، يومي، يومان في الأسبوع)، أو يُنشر فقط عند وقوع حدث من الأحداث، أي أن طبيعة الأحداث هي التي تفرض نشره.

ويُطلق على هذا النوع، من المقالات، المقالات القائدة الموقعة، لأنها تقود أفكار القراء، وتدفع بهم إلى الفهم الكامل لما تناولته، أو تقودهم، نحو اتجاه فكري، أو سياسي معين، لأن كاتبه، كما يُفترض، من قادة الفكر الصحفي، في حدود الجريدة، أو المجلة، التي تنشر هذا المقال، وهي موقّعة لأن اسم كاتبها، وهو هنا اسم رئيس التحرير مثلاً، يذيلها بتوقيعه بعكس المقالات الافتتاحية.

وهناك أكثر من وظيفة لهذا النوع، من المقالات، أبرزها:

- أداء مهمة المقال الافتتاحي، بالنسبة للجرائد، والمجلات، التي لا تنشر المقالات الافتتاحية، التي درجت على ذلك، لأي سبب من الأسباب.

- بالنسبة للجرائد والمجلات، التي درجت على نشر مقالات افتتاحية، يومياً، وبانتظام، فإنه يمثل، في أيام نشره، دور "المقال الافتتاحي الثاني للصحيفة".
- إعطاء فرصة، للصحيفة، لكي تعرض وجهة نظر ثانية، أو رأي آخر، أو موقف جديد، مما يضاعف من بروز جانب الرأي، في الصحيفة، ويعمل على استقطاب أنظار، وفكر قراء جدد، لهم أهميتهم ومسؤوليتهم الفكرية المرتفعة.
- إتاحة الفرصة لرئيس التحرير للتعريف برؤيته، ونظرته الخاصة، إلى الأحداث، من دون تأثر كامل بسياسة الصحيفة أو خطتها العامة، وحيث يكون هذا المقال، في أحيان كثيرة، مثلاً للرباط القائم، بين رئيس التحرير ككاتب، وبين قرائه، ومن ثم، ووسط مشاغل هؤلاء، التي قد لا تتيح لهم كتابة أنواع المقالات الأخرى يظهر حرص رؤساء التحرير البالغ على كتابته، كلما أتيحت لهم الفرصة إلى ذلك.
- إتاحة الفرصة لرئيس التحرير الدفاع عن آرائه، ورد الهجوم الذي يكون قد تعرض له من كاتب آخر، أو صحيفة أخرى، أو حزب معين، مع ملاحظة أن هذا الهجوم والرد لا يتناولان الأمور الشخصية، حيث لا يجوز ذلك، وإنما المسائل السياسية، واهتمامات الجمهور وحركتها، بشكل عام.
- خدمة المسار الديمقراطي، ودعمه بما يقدمه من أفكار، وما يعرضه من آراء، وما يتناوله من أمور، خاصة بالنسبة للصحف في البلاد النامية، حيث تكون المقالة الافتتاحية، في أغلب الأحوال موجهة، بشرط أن يستخدم رئيس التحرير حقه الكامل في الإعلان عن أفكاره وآرائه، حيث تصطدم الآراء وتتعارض، وتتآلف وتتنوع، بما يخدم التجربة الديمقراطية، ويدعم حق المواطن في أن يعرف ما يدور، في مجتمعه.
- وبعضها قد يؤدي وظيفة "بالونة الاختبار"، التي تطلق في الجو، فتؤدي وظيفة قياس مدى استجابة القراء، وانعكاساتها، بشأن قرار، ينوي المسؤولون اتخاذه، أو قانون ينوون إصداره، أو إجراء هام يفكر المسؤولين فيه،

ويريدون معرفة نظرة الناس إليه، وواضح أن ذلك يتم بالنسبة لصحف البلاد النامية، التي قد تحقق مثل هذه الاتجاهات فيها بعض النتائج المستهدفة، في أوساطها المتواضعة المستوى "سياسياً".

- المشاركة الإيجابية، والفعالة، والسريعة، في قضايا الوطن، بالفكر المستنير، والرأي المخلص والقيام بدور رقابي متميز، على الأجهزة التنفيذية المختلفة، وقراراتها وإجراءاتها المتصلة بمصالح الجماهير.
- التمهيد لحملة صحفية ما، تقوم بها الجريدة، أو المجلة، تأييداً، أو تعصباً لقانون، أو موقف، أو قضية، أو اتجاه، أو هجوماً عليها، أو على وضع من الأوضاع غير السوية، أو على جانب من الجوانب، التي تهدد راحة الناس، أو وحدة المجتمع، على أن الأمر لا يقتصر على التمهيد لأمثال هذه الحملات فقط، وإنما المشاركة في مسيرتها، وربما كتابة مقال الختام، بالنسبة لهذه الحملة.

٣- مقال التعليق الصحفي **Commentary**:

شكل من أشكال المقال الصحفي ظهرت الحاجة إليه، بعد أن تشعبت أمور الحياة، وتداخلت، وبرزت إلى الوجود، بشكل ظاهر، قضايا سياسية واقتصادية وإنسانية واجتماعية وعلمية معقدة، متشعبة، إضافة إلى التدفق الهائل للأخبار، والمعلومات، من كل مصادر الاتصال ووسائله المكتوبة والمسموعة والمرئية.

ومن ثم يرتكز هذا النوع، من المقالات، على تقديم إجابة شافية، عن سبب وقوع حدث ما، تخرج تساؤلاته إلى ذهن القارئ، عند قراءته خبر ما، لعدم وضوح الخبر، أو أحد جوانبه، أو ارتباطه بشخصية غير معروفة، عند القراء، أو يُعرف عنها القليل من المعلومات، وأدت بعض أعمالها الراهنة إلى تسليط الأضواء عليها، وقد يكون الخبر المنشور، مقدمة لأحداث خطيرة، أو متضمناً، في ثناياه، أموراً مؤثرة على المستوى العالمي، أو على مستوى الأمن الوطني، أو الحياة الشخصية للفرد: اقتصادياً، أو علمياً، أو صحياً.

وحتى يؤدي الخبر وظيفته الإعلامية، وهي تقديم تقرير موضوعي عن الأحداث، من دون تدخل من المحرر، ظهرت الحاجة إلى شكل صحفي، يتاح فيه، للمحرر الصحفي أن يفسر الحدث، ويقدم الخلفيات، والتفاصيل، ويعلق عليه، أي يبدي رأيه فيه، وهذا يحقق الأمانة الصحفية، وأهم مبادئها وهو الموضوعية، ويعتمد تحرير مقال التعليق، بشكل أساسي، على اختيار خبر مهم جداً، وساخن للغاية، على أن يدرك المحرر المسؤول أن هذا الخبر المهم تكتنفه ظلال، من الشك، في بعض جوانبه، أو فيه كله، وأن أحداثه متشابكة، ومتلاحمة، بحيث يصعب متابعتها، وأن له مقدماته، وجذوره، التي أدت إلى صورته الحالية الساخنة، وأن هناك معلومات أساسية ومهمة تزيده وضوحاً واكتمالاً، ولكن المساحة المتاحة، خلال هذه الطبعة، أو طبعات أخرى، لم يكن من الممكن إضافته إليه.

وتأسيساً على ما سبق، يتطلب هذا الخبر رأياً لمحرر، أو وجهة نظر لكاتب متخصص، تفسره، وتبرز جوانب الإيجاب والسلب فيه، من خلال تعليق عليه، ويبرز أهميته، من زوايا جديدة، تستقطب أضعاف قرائه، مع استكمال معقول لأبرز المعلومات المتصلة به، من دون إسراف في ذلك، أو إسهاب، والكشف عما يمكن أن يكون مستتراً، وراء الخبر من أهداف، أو اتجاهات مغرضة، خاصة إذا كان الخبر من مصدر صحفي معادي، أو له مواقف سابقة تؤخذ عليه.

٤- المقال التحليلي Analytical:

وهو أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيراً على الرأي العام، ويعتمد على اختيار حدث، أو قضية، أو فكرة، أو ظاهرة، أو رأي، ثم معالجتها صحفياً بالتحليل والتفسير والتعليق والتوقع، وأحياناً، تقديم رؤية، أو حل، أو توصيات.

أي أن عناصره الرئيسية هي:

- تحليل الفكرة، أو القضية، أو الحدث، موضوع المقال، التي عادة ما تكون جامعة بين الأهمية والسخونة، والتنفيذ، بمعنى تقسيمها وتصنيفها إلى مجموعة متغيرات، أو عناصر أكثر بساطة، بهدف سهولة إدراك عناصرها،

ووضوح أفكارها، وكذلك تتضمن عملية التحليل النظر إلى البيانات والمعلومات، التي جمعها المحرر الصحفي، في ضوء تساؤلات يطرحها، أو فروض يحاول إثبات صحتها، ثم يحاول استخلاص نتائج منها.

- تفسير الظواهر، أو الأحداث، أو التداعيات، المرتبطة بموضوع المقال، بمعنى الوصف والتحليل، أي إيجاد العلاقة والارتباط، بين الظواهر، والأحداث المختلفة، أو بلغة أخرى، يتضمن التفسير البحث عن المعنى الأشمل، والأوسع، للأحداث، في ضوء متغيرات البيئة، التي تدور فيها.
- التعليق، أو إبداء الرأي، في هذه الظواهر، والأحداث والنوعيات، أي الحكم عليها سلباً أو إيجاباً، أو بمدى قدرتها على التأثير على غيرها.
- التوقع أو التوصية، بمعنى استشراف المستقبل، أو تخيل سيناريو قادم، ولما كان المقال التحليلي هو دراسة علمية لظاهرة، أو قضية، صيغت بشكل صحفي، فهو يعتمد على توافر كم وافر، من المعلومات، والبيانات الدقيقة الموثقة، المجموعة من مصادر حية، وغير حية، إلى جانب الاستعانة بالصور، والرسوم اليدوية، بكل أنواعها (التوضيحية والتعبيرية والساخرة)، ثم يقوم محرر المقال بعملية معالجة للمعلومات، تتضمن تقويمها، ثم تفسير جوانبها، وارتباطاتها، وبيان أسبابها، ومسبباتها ونتائجها، ثم التعليق عليها، وإبداء الرأي فيها، ثم بيان رؤية مستقبلية، أو التوصية بسيناريو بديل، ثم بعد ذلك، وضع هيكل تخطيطي لصياغة المقال، أي كتابته بدءاً من العنوان، فالمقدمة، فالهيكل، فالخاتمة.

٥- مقال اليوميات (اليوميات الصحفية) **Diary Article**:

وهو من أشكال المقال الصحفي المنتشرة في الصحافة، الآن، والتي كانت عنصراً أساسياً فيها، في بداية هذا القرن، ويعتمد على وجود كتاب صحفيين، وأدباء بارعين، يتميزون بجودة الأسلوب، وثراء التجربة، والخبرة الإنسانية، وقد يطلق عليه مقال اليوميات، أو اليوميات الصحفية.

وتُعـرِّف سـلوى الخطيـب مقـال اليوميـات، بأنـه: "أحـد أشـكال المقـال الـصحفي، الـتي تُنـشر، في مكـان ثابـت، وتحـت عنـوان ثابـت، وفي موعـد ثابـت، ويتنـاول الكـاتـب، خلالهـا، عـدة موضـوعات، أو موضـوع واحـد، يقـدم فيـه رأيـه، وخـواطره وتجاربـه ومـشاهداته الخاصـة، علـى أن تكـون مرتبطـة بالقـضايا العامـة، التي تهم أكبر عدد من القراء".

وتنبع أهمية مقال اليوميات من الوظائف، التي يؤديها، وأبرزها:

- تفسير الأحداث الجارية، وإبداء الرأي، في القضايا المهمة.
- إعـلام القـارئ بمـا يقـع حولـه، مـن أحـداث محليـة، وعالميـة، حيـث تُقـدم لـه المعلومـات، والحقـائق، الـتي تـساعده في اتخـاذ موقـف، وتكـوين رأي، تجـاه هذه الأحداث.
- تقديم التجارب الناجحة للقارئ، عـن طريـق الحـوار، أو الحـديث الشخـصي، الذي يقدمه كاتب اليوميات، متضمناً خبرته في الحياة.
- توجيـه القـراء إلى المـساهمة في العمليـات المتعلقـة بالتنميـة الاجتماعيـة، أو المشاركة في نظام سياسي، أو اجتماعي معين.
- تكوين الرأي العام، في المجتمع والتأثير على اتجاهه، بالسلب، أو بالإيجاب.
- شرح الأعمال الفنية، والفكرية، والثقافية وتقييمها.
- التثقيف، عن طريق نشر المعارف الإنسانية.
- التسلية والإمتاع، بنشر الآراء الساخرة، والمعلومات الطريفة.

ويقسم الدكتور محمود أدهم مقال اليوميات إلى الأنواع التالية:

- مقال الخواطر والتأملات.
- المقال الديني.
- مقال الاعترافات.
- المقال النقدي.
- المقال الفكاهي.
- المقال القصصي.

- مقال الصورة القلمية.
- مقال الرحلات.
- مقال الغد أو مقال المستقبل.
- المقال التاريخي.
- المقال المختلط أو المتنوع.

ويتميز مقال اليوميات، أو اليوميات الصحفية، عن غيره، من أشكال المقال الصحفي، وباقي أشكال التحرير الصحفي، بالخصائص التالية:

- تعدد الموضوعات، التي يتناولها كاتب اليوميات في مقاله، وتنوعها، حيث يمكن لكاتب اليوميات، أن يتناول قضايا سياسية، واجتماعية وثقافية، كما قد يعرض لبعض المشكلات، التي تمس حياة الناس، ويقدم رحلاته، ومشاهداته وخواطره، وتعليقاته، على الأحداث الجارية، فاليوميات الصحفية لا تتقيد بالتخصص الموضوعي، وإنما تمتاز بالمرونة، في اختيار الموضوعات، وطرحها.
- تعكس اليوميات شخصية الكاتب، وخبرته، واهتماماته الخاصة، ففي اليوميات نجد أنفسنا، وجهاً لوجه مع الكاتب، ويجوز لنا أن نقبل الأنا، ونتعامل معها، ونغفر للكاتب أن تكون الأنا ظاهرة علانية، فيما يكتب، لأن من طبيعة هذا النوع أن يكون قريباً من الاعترافات الذاتية، فالخواطر، أو اليوميات، هي جنس الكتابة الصحفية، التي تقبل الكثير من مقومات الأدب نفسه.
- تقدم اليوميات مذكرات، وخواطر، وتجارب، وانطباعات الكاتب حيث يبدأ كاتب اليوميات، في تناول أمور الحياة، من زاوية شخصية، أي يصل إلى الحديث، عن الاهتمامات العامة، من خلال عرضه لذكرياته وتجاربه الخاصة، وهو يكتب خواطره وانطباعاته، عن الأحداث اليومية، وكما تقول باترسون، في مقدمة كتابها عن (فن المقال الصحفي) "إن قراءة المذكرات واليوميات محببة، إلى النفوس، لأنها تدور حول قصص،

وأحداث، أقرب إلى الواقع، منها إلى أي شيء آخر، وقد يعترف الكاتب بأخطائه، وبإخفاقه، في بعض مراحل حياته، ولكنه يعلل لهذا الإخفاق، وهنا يكون الضعف البشري موضوعاً للمعالجة الفنية، وقد تتعرض اليوميات كذلك، لبعض فئات المجتمع، ولحالات غريبة من حالاته، أو لبعض الأوضاع الشاذة، ولا شك أن ذلك يعود، بالفائدة، على القارئ، ويساعده في طريقة تغلبه على الصعاب الماثلة، التي قد تواجهه.

٦- المقال العمودي (العمود الصحفي) **Column**:

هو شكل من أشكال مادة الرأي، في الصحيفة، وأحد أنواع المقال الصحفي فيها، يتولى كتابته شخص واحد، أو عدة أشخاص، تحت عنوان ثابت، يحمل توقيعه، في مكان ثابت، وبشكل دوري يومي أو أسبوعي، ويميل لعرض رأي، أو تجربة، أو خبرة صاحبه.

والعمود الصحفي، أو المقال العمودي، في معظم أشكاله، عبارة عن حوار شخصي، بين كاتب وقرائه، يعبر، من خلاله، عن مكنونات نفسه، ويبدو صريحاً واقعياً، ذاتياً، يروي، من خلال ذكرياته وخبراته، وتجاربه، ويعطي نصائحه، ولا يكتب العمود الصحفي إلا شخص ذو خبرة ومعرفة بفنون الصحافة، وتجربة في الحياة، أو في ميدان من ميادين المعرفة الإنسانية.

ويغطي العمود الصحفي مجالاً متسعاً من القضايا، من حيث المضمون، فيتدرج من السياسة الدولية والمحلية، إلى الهوايات، وتمضية أوقات الفراغ.

وهناك أنواع كثيرة للمقال العمودي، أو العمود الصحفي، أنسبها التصنيف التالي، الذي يمزج بين الشكل والوظيفة والمضمون، حيث يقسم العمود الصحفي إلى:

أ- عمود الشؤون العامة.

ب- عمود الأحداث الجارية.

ج- عمود الخواطر والتأملات.

د- العمود الساخر.

هـ- العمود المتخصص.

و- عمود رسائل القراء.

ز- العمود الحواري.

ح- عمود اليوميات.

ويحرر العمود الصحفي، في الجريدة، عادة، كتاب لهم وزنهم الصحفي، وخبراتهم، وتجاربهم الصحفية أو الأدبية، وقد يكونون من بين أعضاء جهاز التحرير، كما تستعين صحف عديدة، بكتاب أعمدة، من الخارج، وتضمهم إلى جهازها التحريري، أو تستكتبهم، من الخارج، في عديد من الاهتمامات، وقد ينشر عمود صحفي لكاتب ما، في أكثر من جريدة، ومجلة، في الوقت نفسه، عن طريق شرائه من وكالات للأعمدة (كما هو في الولايات المتحدة الأمريكية) تتخصص في تسويق الأعمدة الصحفية لكبار الكتاب، ولكاتب العمود الصحفي، حرية اختيار موضوعه، وزاوية وأسلوب المعالجة، كما إن المجال متسع أمامه لمعالجة المادة بأسلوبه الخاص، وبلمسة درامية خفيفة، ساخرة، نقدية، فكاهية، كاشفة، لماحة، أو رزينة، وقورة.

وهناك من يرى لأن للمقال الصحفي ثمانية أنواع هي:

١) المقال السردي والوصفي.

٢) المقال التوضيحي.

٣) المقال التحليلي.

٤) المقال الإنشائي.

٥) المقال الإبداعي.

٦) المقال الوظيفي.

٧) المقال الصحفي.

٨) الخاطرة.

١) المقال السردي والوصفي:

يقصد بالمقال الوصفي (كتابة المقال على شكل نقاط مختصرة متتالية مرتبطة بعضها ببعض) بينما يقصد بالمقال السردي (كتابة المقال ولكن ليس كالوصفي في نقاط مختصره وإنما يستوفي المعنى كاملاً بالشرح التوضيحي له).

والهدف من المقال الوصفي أو السردي هو إعطاء صورة واضحة وملخصة لما رآه الكاتب أو حادث شاهده، ولتحقيق مثل هذين الهدفين ينبغي أن يخصص الكاتب الفقرات المكونة للقسم الثاني من المقال لإعطاء صورة للمكان أو سرد لوقائع الحادث أو أي شيء آخر.

٢) المقال التوضيحي:

فيه يبدأ الكاتب بذكر قضية أو حكم عام في المقدمة، كأن يقدم نظرية أو مبدأ عام حول أمر من الأمور وقد يستغرق هذا فقرة أو فقرتين إلا أن هذا الحكم العام يحتاج إلى عرض وتوضيح لذلك سمي بالمقال التوضيحي، وذلك بإعطاء عدد من الأمثلة التوضيحية، وقد يعتمد الكاتب إلى اختيار آخر وهو أن يذكر عدداً من الأمثلة التوضيحية في فقرة واحدة ثم يختار مثالاً واحداً ويخصه بقدر أكبر من التحليل والمناقشة، وهناك وسيلة أخرى قد يستخدمها الكاتب في سبيل توضيح هدفه وهي (القياس) يقوم الكاتب بقياس ما يتحدث عنه بشيء آخر مألوف لدى القارئ.

٣) المقال التحليلي:

المقال التحليلي وكما يدل الاسم، يقوم على تحليل الموضوع إلى عناصره المختلفة ثم يتناول الكاتب كل عنصر منها بالعرض والمناقشة في فقرة أو فقرتين، إلى أن ينتهي من عرض كل العناصر المكونة للموضوع.

٤) المقال الإنشائي:

(الإنشائي) ويقصد به أنه إذا أعجبك مشهد من المشاهد أو أثار في نفسك من الإعجاب، وما يكون فيها من التأثير والانفعال تصويراً ينقله إلى نفس السامع أو

القارئ كما تجده في لفظ جميل يحتاج إلى الرقة وبالضخامة إن كان الموضوع يحتاج إلى الضخامة.

٥) المقال الإبداعي:

إذا عرضت لكم فكرة وأردتم التعبير عنها، أو سمعت خطبة أو قرأت قصيدة أو مقال أو كتاباً فأردت تصور رضاك عنه، أو سخطك فعلينا استخدام أنواع التأثيرات المختلفة فكل الاعتماد على الثقافة، فالتعبير الإبداعي يعظم ويرفع شأنه كلما ارتقى العقل الإنساني أو عظم حظه في الثقافة كالتصوير الفني في القرآن.

٦) المقال الوظيفي:

حينما نقدم لعمل ما أو نكتب تقرير ما أو نقوم بنشاط أو كتابة تجربة علمية فإن المقال الوظيفي الذي يمتاز بجمع قدر من المعلومات الصحيحة والحقائق الموضوعية.

ويختلف كاتب التعبير الوظيفي عن كاتب التعبير الإنشائي والإبداعي، فكاتب الموضوع الوظيفي لا يكتب لنفسه وإنما يكتب نتيجة طلب أو توجيه شخص أو أشخاص إذا يكتب بناء على طلب بهدف اتخاذ القرار المناسب في ضوء ما جمع من معلومات وحقائق.

٧) المقال الصحفي:

المقال الصحفي من أكثر المقالات وصولاً للقارئ لأن كاتبه يستمد مادته من الواقع، ويتناول فيه ما يهم البلاد من أحوالها السياسية والخارجية والاجتماعية ويستخدم معلومات حقيقية ويحاول تمكين القارئ من الوعي بهذا المعلومات، ليس الهدف من المقال الصحفي التطويل ولا القدر الكبير من المعلومات.

وإنما التعمق والنظرة الرأسية في التجارب التي يعيشها على أرض الواقع، وعلى الكاتب التقيد بجميع خطوات كتابة المقال بالإضافة إلى أسلوب مقنع ومثير للاهتمام لشد انتباه القارئ.

إن الأسلوب الصحفي يمتاز:

- قصير غالباً.
- يشتمل على فكرة يحسن كاتبها عرضها فيثوب من التشويق.
- أسلوب سهل وأضح يفهمه كل القارئ دون تعقيد.
- يميل إلى الإطالة فيما يتطلب ذلك، وإلى الإيجاز في كثير من الأمور.
- يميل إلى الجدل في مناقشة الآراء والاتجاهات المختلفة.

لا ننسى أن المقال الصحفي مقيد بالعامل الزمني الدقيق كما نلاحظ في الصحف اليومية حتى تتابع الأحداث لتستمر الحياة بازدهارها، المجلات الأدبية والشهرية والفصلية فقد اهتمت بالمقال اهتماماً خاصاً غير مقيد بالعامل الزمني الدقيق.

٨) الخاطرة:

الخاطرة هي قالب من التعبير تتكون من عدة جمل جيدة وتتناول فكرة رئيسة واحدة.

فتتمثل في الزوايا القصيرة في الصحف والمجالات، إذ لا تتجاوز مساحتها عموداً، أو نصف عمود في المجلة أو الصحيفة، تضمن فكرة طارئة يعرضها الكاتب في إيجاز شديد يفصح فيها عن خبرته وفلسفته للأشياء من حوله، وغالباً ما تكون تحت عنوان ثابت كل يوم، أو كل أسبوع أو شهر مثل (على موعد) (فنجان قهوة) فالخاطرة مجرد لمحة وليست الخاطرة كالمقال مجالاً للأخذ والرد ولا تحتاج إلى حجج قوية لإثبات صدقها الملاحظ في أهمية لخاطرة هي شد القارئ إلى الأشياء الصغيرة من حولنا التي لها دلالات كبيرة وقد تتمثل في الأحاديث الإذاعية القصيرة.

ويلزم على كاتب الخاطرة:

- التركيز على فكرة رئيسية واحدة، يعرف كيف يميز بين الأفكار الرئيسة، ثم كيف يركز على فكرة واحدة ويعالجها بطريقة سليمة.
- الشرح والتوضيح في عدد قليل من الجمل حتى تصل قوية ومؤثرة.

وينبغي لكاتب المقال أن يلُم بالثقافة الأدبية وكيفية الكتابة؟ وماذا يكتب؟ واضعاً في اعتباره اختيار الموضوع الذي يحوي قدر وافٍ من المعلومات وان يكون مقبول من القارئ والهدف الذي يعالج مشكلة ما أو قضية ما بوضوحه وعدم تعقيده وغموضه ومن ثم يختار العنوان فهو المنفذ الذي تقع عليه عين القارئ فيهتم أكثر بقراءة المقال واكتشاف ما يحويه من إطار وخطة فنحن نعلم أن الإطار والخطة يكتشفها القارئ أثناء القراءة ويستنتج الأفكار التي كتبها الكاتب بأسلوب معين ومميز.

لقد تعددت أنواع المقال وعلى الكاتب الجيد أن يعلم فيما يكتب وأن يواكب عصر الكتابة والزمن الذي يكتب له بتعدد أنواع المقالات.

ولا ننسى أن المقال لغة صامتة مؤثرة على القارئ ليس الهدف منها الإطالة قدر الاستفادة، وسنذكر بشيء من التفصيل أبرز أنواع المقالات الصحفية:

أولاً- المقال الافتتاحي:

يعد أهم فنون المقال الصحفي، وهو يقوم على وظيفة الشرح والتفسير والتوجيه معتمداً على الأدلة والشواهد والبراهين والبيانات للوصول إلى إقناع القراء وكسب تأييدهم للموضع الذي يطرحه في مقاله.

ويتميز المقال الافتتاحي بـ:

١) التعبير عن سياسة الصحيفة بغض النظر عن توجهها والجهة التي تملكها.

٢) متابعة الوقائع والأحداث اليومية على المستوى المحلي والدولي.

٣) الاهتمام بالقضايا التي تشغل انتباه الرأي العام.

٤) إبراز الخلفية التاريخية للأحداث والقضايا والإحاطة الكاملة بها.

٥) استخدام اللغة السهلة البعيدة عن الغموض والمصطلحات الضخمة.

ومن هنا فإن المقال الافتتاحي ليس تعبيراً عن وجهة نظر الكاتب، أو ترجمة لانطباعاته الشخصية وإنما هو في حقيقة الأمر تعبير عن سياسة الصحيفة، ولذلك فكثراً ما يأتي المقال الافتتاحي دون توقيع، لأنه منسوب في هذه الحالة للصحيفة

وذلك بهدف الإقناع وليس مجرد الاستمالة العاطفية، وبالتالي فقد يعتمد الكاتب على الأرشيف الصحفي ومصادر المعلومات بالصحيفة فضلاً عن قراءاته العديدة ومعلوماته التي استطاع اكتسابها من طول فترة عمله بالصحيفة.

أسس كتابة المقال الافتتاحي:

يأخذ المقال الافتتاحي هيئة الهرم المعتدل والذي يتضمن ثلاثة عناصر أساسية هي المقدمة، وجسم المقال، والخاتمة، فالمقال الافتتاحي غالباً ما يحتوي على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية الموضوع الذي يدور حوله المقال حيث تهدف المقدمة إلى تهيئة ذهن القارئ لتلقى المادة الصحفية التي يتناولها، أما صلب المقال فيتضمن الحقائق والمعلومات التي يؤكد عليها الكاتب بالأدلة والبراهين وفق السياسة التحريرية للصحيفة.

والمقال الافتتاحي يكتبه رئيس التحرير أو كبار الكتاب بالصحيفة من أصحاب الثقة وذات التوجه الذي يتطابق فيه ما يكتبه مع السياسة التحريرية للصحيفة، وكان قديماً يوقع كاتب المقال الافتتاحي باسمه أسفل المقال عندما كانت صحافة الرأي هي التوجه الصحفي السائد في العالم، ولكن وبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت الصحافة الخبرية وفيها أصبح المقال الافتتاحي تعبير عن توجه الصحيفة وليس شخصاً بذاته.

والمقال الافتتاحي الجيد هو الذي يختار موضوعه بعناية فائقة من ناحية، ويكثر به الأسانيد والدلائل والبراهين من ناحية أخرى.

وقد كان المقال الافتتاحي في القرن الماضي يشغل الصفحة الأولى، وأجزاء من الصفحات الداخلية ومن أشهر كتاب المقال في مصر على مدار تاريخها محمد عبده، جمال الدين الأفغاني، مصطفى كامل، أحمد لطفي السيد، عبد القادر حمزة، عبد الله النديم، إبراهيم المازني، أديب إسحاق، إحسان عبد القدوس، أنيس منصور، محمد حسنين هيكل، إبراهيم نافع، سمير رجب، عباس

الطرابيلي، إبراهيم عيسى، وعلى المستوى الدولي جون أدامز، جوزيف وارن، ورالف أمرسون، والتر لبمان، صمويل كوبر.

وقد كان المقال الافتتاحي ينهض بمهمة القيادة والزعامة، وكان وسيلة التوجيه والإرشاد وتكوين الرأي العام، ولا يزال يلعب دوراً مهماً في صحافة الرأي مثل صحيفة التايمز، اللوموند، ونيويورك تايمز وغيرها.

ومن ناحية أخرى فإن افتتاحيات بعض الصحف قد تؤخذ كدليل على اتجاه الحكومات في الدول التي تصدر فيها الصحف، كما هو الشأن في مصر فترة الخمسينات والستينات وبداية السبعينات عندما كان الأستاذ محمد حسنين هيكل يكتب مقاله في الأهرام بعنوان "بصراحة" ويتكون المقال الافتتاحي من ثلاثة أجزاء هي: المقدمة وهي مدخل مثير للانتباه يعبر عن أهمية القضية أو المشكلة المطروحة في المقال ثم جسم المقال وهو يضم البيانات والمعلومات الموثقة بالشواهد والأسانيد ثم خاتمة المقال وتحتوي على خلاصة الأفكار والآراء

التي تصل إليها الصحيفة في موضوع المقال.

وعلى هذا فإن المقال الافتتاحي يأخذ غالباً القالب الهرمي المعتدل.

ثانياً- المقال العمودي:

المقال العمودي عبارة عن مساحة محدودة من الصحيفة تضعها الصحيفة تحت تصرف أحد الكتاب للتعبير من خلالها عن آرائه وأفكاره وخواطره دون أن تشترط عليه التزامه بسياستها مع الحرص على عدم المعارضة القوية لها.

ويعتبر المقال العمودي من أكثر المقالات قبولاً وقراءة وصدى لدى القراء لأنه يمتاز "بخفة الظل" النابعة من قصر مساحته وبلاغة كلماته وقوة معانيه وتجدد موضوعاته خاصة المقالات العمودية اليومية.

وقد اعتمدت الصحف منذ انتشارها حتى أوائل القرن العشرين على المقال الافتتاحي الذي كان طويلاً في البداية ثم أخذ في التناقص شيئاً فشيئاً، والمقال العمودي هو مساحة محدودة من الصحيفة لا تزيد عن عمود تضعه الصحيفة تحت تصرف أحد

كبار الكتاب بها يعبر من خلاله عما يراه من آراء وأفكار وخواطر وانطباعات شخصية حول الأحداث والقضايا، وهو في الغالب له مكان ثابت لا يتغير وينشر تحت عنوان ثابت، وقد يكون كل يوم، أو ربما كل أسبوع مثل (حقائق لإبراهيم نافع، ومواقف لأنيس منصور، من قريب لصلاح منتصر، فكرة لمصطفى أمين...).

المقال العمودي والافتتاحي:

توجد العديد من الاختلافات بين المقال العمودي والمقال الافتتاحي أهمها:

١- إن للمقال العمودي مكان ثابت في الصحيفة.

٢- إن للمقال العمودي عنوان ثابت لا يتغير في الصحيفة.

٣- إن المقال العمودي ليس شرطاً أن يتفق على سياسة الصحيفة.

٤- إن المقال العمودي لابد من توقيع صاحبه أسفله.

٥- إن المقال العمودي ينشر بانتظام (يومي- أسبوعي).

وعلى هذا فإن العمود الصحفي يصور شخصية الكاتب وأفكاره وأحاسيسه وتأملاته، والكاتب يعتبر القراء بمثابة أصدقائه حين يفضي إليهم بكل ما يخطر على باله، أو ما يجيش في صدره من أفكار دون تكلف.

ويمتاز العمود الصحفي بخفة الظل وسهولة الأسلوب واستخدام الصيغ الاستفهامية والتعجبية، كما أنه يمزج التعبير بالتهكم والسخرية مع الحكم والأمثال المتداولة.

وكاتب العمود الصحفي لا يتعمق في البحث كما يفعل المتخصصون وكتاب المقالات التحليلية، وإنما هو يكتب على فطرته وسجيته كمواطن يعيش وسط الناس يفرح بفرحهم، ويتألم إذا اشتكوا، ولذلك فهو يهتم أكثر بكل ما يهم ويمس مشاعر القراء وعواطفهم.

خصائص العمود الصحفي:

١- الجمع بين بساطة اللغة الصحفية وسهولتها ووضوحها بين جمال اللغة الأدبية.

٢- يعبر عن التجربة الذاتية للكاتب.

٣- يقوم على أساس وجود علاقة حميمة بين الكاتب والقراءة.

٤- يقوم على تطبيق القاعدة الذهبية في الصحافة والتي تقول: أكبر كم من المعاني والمعلومات في أقل قدر ممكن من الألفاظ.

العناصر الثابتة في المقال العمودي:

والمقال العمودي إضافة إلى أنه يحمل توقيع واسم كاتبه فلابد أن يحافظ على عدد من العناصر الثابتة وهي:

- أن ينشر في صفحة ثابتة.
- له عنوان عمودي ثابت بخلاف عنوان المقال المتغير حسب الموضوع.
- أن يكون له موقعاً ثابتاً على الصفحة الثابتة.
- أن تكون له دورية نشر دورية نشر ثابتة.

وتمتاز موضوعاته بالحيوية البالغة والإثارة الهادفة ولا يوجد قيود على المجالات والموضوعات التي يطرقها الكاتب، فمن حقه أن يكتب في السياسة والاقتصاد والأمن والثقافة والفن والأدب وغير ذلك مع اختلاف زاوية المعالجة للموضوع.

فكاتب المقال العمودي الذي يفترض في مساحته أن يكون محدودة عليه أن يهتم بمعالجة الموضوع الذي يطرحه من زاوية محددة ومركزة دونما تشتت أو توسع.

أسلوب المقال العمودي:

يتوفر في أسلوبه قدر من الأسلوب الأدبي الجمالي من حيث الاعتناء بالألفاظ واستخدام الصور البيانية والموسيقى اللفظية شريطة عدم الإغراق فيها حتى لا يصبح أدباً خالصاً ويتحول إلى خاطرة ويصفه البعض على أنه (وجبة سريعة دسمة).

كما يغلب على أسلوب المقال العمودي الأسلوب النقدي من خلال تناول بعض القضايا والأفكار وتقديم وجهة نظر مخالفة أو معارضة للفكرة.

ويميل المقال العمودي إلى الاهتمام بالشؤون العامة، لذا يهتم البعض بمعالجة هذه القضايا المتجددة بأسلوب نقدي قائم على السخرية (المضحك المبكي) تجاه الظواهر السلبية في المجتمع.

كتابة العمود الصحفي:

يكتب العمود الصحفي كما المقال الافتتاحي من ثلاثة أجزاء (مقدمة، جسم، خاتمة).

أولاً- مقدمة العمود الصحفي:

مقدمة العمود الصحفي تشمل مدخل أو زاوية يمهد بها الكاتب لموضوع العمود وهذا المدخل أو الزاوية يمكن أن يشمل على النقاط التالية:

١- خبراً من الأخبار أو حدثاً من الأحداث الهامة الجارية بشرط أن يركز الكاتب على زاوية معينة أثارت انتباهه ويرى أنها تهم القراء في نفس الوقت.

٢- فكرة أو خاطرة أو لمحة أو انطباع يرى الكاتب أنه يحتاج إلى شرح وتوضيح أو إلى تفسير وتعليق أو إلى استخلاص العبرة منه.

٣- قضية أو مشكلة أو حدث يرى الكاتب أنه يمس مصالح القراء أو يثير اهتمامهم، وللكاتب أو القضية وجهة نظر يريد الإفصاح عنها.
ولكن يشترط أن تكون الزاوية التي يتناول الكاتب من خلالها هذه القضية أقرب إلى اهتمام الناس وتفكيرهم، أو قد تكون الزاوية هي تجربة الكاتب الذاتية مع الحدث أو القضية نفسها.

٤- حكمة مأثورة أو مثل شعبي معروف، أو قول لمفكر أو كاتب أو فيلسوف، وأحياناً يبدأ العمود بتصريح هام لشخصية من الشخصيات التي تلعب دوراً في الأخبار اليومية فيستند إليه كاتب العمود في إبراز الفكرة التي يريد قولها.

ثانياً- جسم العمود الصحفي:

وهو يضم جوهر المادة يحتويها العمود الصحفي وقد يشمل النقاط التالية:

١- الأدلة أو الشواهد أو الحجج التي يؤكد بها الكاتب رأيه.

٢- تفاصيل الحدث أو الصورة الحية أو القصة أو المشكلة أو القضية التي يطرحها الكاتب على القراء.

٣- وعندما يكون العمود عبارة عن سؤال من القارئ وإجابة من الكاتب فإن جسم العمود الصحفي يتضمن إجابة الكاتب على سؤال القارئ.

ثالثاً- خاتمة العمود الصحفي:

وقد تشمل خاتمة العمود الصحفي على واحد من النقاط التالية:

١- خلاصة رأي الكاتب في الحدث أو القضية أو المشكلة التي يعرضها.

٢- العبرة أو الموعظة أو الحكمة.

طريقة عرض مادة المقال العمودي:

وللعمود الصحفي أنواع متعددة لعرض مادته تختلف باختلاف مضامينها وهذه الأنواع هي:

١- العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالشؤون، فيتعرض لمختلف القضايا، ولكن من الزاوية التي تهم القراء وتمس مشاعرهم.

٢- العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالنقد الاجتماعي اللاذع والقائم على السخرية (المضحكة المبكية).

٣- العمود الصحفي الذي يقوم على ذكر أسئلة أو خطابات تصل إلى الكاتب من القراء، ثم يتولى هو الرد أو التعليق عليها أو الاكتفاء بنشرها.

٤- العمود الذي يقوم على الحوار الذي يخلقه الكاتب سواءً على لسانه أو لسان غيره، وهو قد يأخذ شكل الحوار مع نفسه (المونولوج) أو يأخذ شكل الحوار مع غيره (الديالوج).

٥- العمود الذي يقوم على وصف الطرائف والمفارقات بهدف تسلية القارئ، بعد أن يجيب على سؤال يقدم له من قارئ في الأعمدة التي يكون موضوعها الإجابة على بعض أسئلة القراء.

وقد يكون كاتب العمود متخصصاً في مواضيع معينة كأن يتخصص في كتابة العمود في القضايا الاقتصادية أو الاجتماعية.

ويحظى كاتب العمود بحرية أكبر من غيره من كتاب الأجناس الصحفية الأخرى لأن العمود يبرز شخصية الكاتب أكثر من تلك الأجناس.

ويعكس العمود الصحفي قدرة الصحفي وتمكنه من العمل الصحفي، وسعة اطلاعه وتمكنه من الكتابة[1].

ثالثاً- المقال التحليلي:

يعد المقال التحليلي من أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيراً حيث يمتد أثره إلى مدة أطول، وهو يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر المختلفة التي تشغل الرأي العام.

ويقوم المقال التحليلي على تناول الوقائع والأحداث بالتفصيل ويربط فيما بينها وبين أحداث أخرى ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات واستنتاج أحداث وتوقعات مستقبلية، وهو في المعتاد ينشر أسبوعياً حيث تكون الفرصة متاحة أمام الكاتب للخوض في مختلف مجالات النشاط الإنساني من سياسة واقتصاد، وثقافة وفكر وأدب.

ويحتل الموضوع السياسي النصيب الأوفر من المقالات التحليلية لمدى الترابط بين الموضوعات السياسية وشؤون الحياة المختلفة وتداعيات الحياة السياسية، إلى جانب حشد أكبر كمية من التفاصيل والحجج المنطقية والأدلة والشواهد التي تشرح موضوع المقال.

ويمكن بالتالي أن نميز بين المقال التحليلي والافتتاحي من النقاط التالية (مساحته، مكانه، كاتبه)، حيث أن المقال التحليلي لا علاقة له بسياسة الصحيفة كما هو الحال في المقال الافتتاحي، وبالتالي فهناك مساحة أكبر لكاتب المقال

---

(١) د. أحمد تفاسكا أستاذ متقاعد من المعهد العالي للإعلام والاتصال بالرباط، أستاذ سابق بجامعة الجزائر العاصمة (المدرسة العليا للصحافة ومعهد العلوم السياسية والإعلامية.

التحليلي في تناول الموضوعات والقضايا دون حذر أو خوف، بينما تأتي المقالات الافتتاحية معبرة عن توجه الصحيفة.

ويقوم المقال التحليلي على ارتباطه بحدث تجذب حيويته أذهان القراء وانتباههم.

تعريف المقال التحليلي:

هو أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيراً حيث يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام، كما يتناول الوقائع بالتفصيل ويربط بينها بين غيرها من الوقائع التي تمسه من قريب أو بعيد ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات.

والمقال التحليلي لا يقتصر فقط على تفسير أحداث الماضي أو شرح الوقائع الحاضرة وإنما يربط بين الاثنين ليستنتج أحداث المستقبل.

ولأن المقال التحليلي يقوم على التحليل العميق والمدروس للأحداث فهو غالباً ما يكون أسبوعياً ولو كان ينشر في صحيفة يومية وليس هناك حجم معين للمقال التحليلي ولكنه قد يحتل مساحة صفحة كاملة من الجريدة أو أكثر في بعض الأحيان.

وظائف المقال التحليلي:

للمقال التحليلي عدة وظائف هامة ولكن يبرز في مقدمتها الوظائف الثلاث التالية:

١- عرض وتحليل الأحداث الجارية والكشف عن أبعادها ودلالاتها.

٢- مناقشة وطرح القضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي ومساعدة القراء على فهمها ومتابعتها.

٣- التعبير عن السياسات والاتجاهات السائدة في المجتمع وطرح وجهات نظر القوى السياسية والاجتماعية في البلد الذي تصدر به الصحيفة.

أنواع المقال التحليلي:

ويتم ذلك وفق التقسيم الجغرافي والموضوعي للمقال التحليلي.

١- التقسيم الجغرافي:

ويضم المقال التحليلي المحلي، والقومي، والعالمي، فالمقال التحليلي المحلي وهو الذي يتناول القضايا والمشكلات داخل المجتمع الذي تصدر به الصحيفة.

أما المقال القومي، وهو الذي يتناول المشكلات والموضوعات المرتبطة بالبلدان العربية، بينما المقال العالمي فهو الذي يتناول قضايا ومشكلات تحدث على نطاق دولي خارج المنطقة العربية.

٢- التقسيم الموضوعي:

ويضم هذا التقسيم الآتي:

المقال التحليلي السياسي، والديني، الرياضي، الثقافي، الأدبي، الاقتصادي، العسكري، البرلماني.

ويقوم المقال التحليلي بمجموعة من الوظائف هي:

١) عرض وتحليل الأحداث الجارية والكشف عن أبعادها.

٢) مناقشة وطرح القضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام.

٣) التعبير عن السياسات والاتجاهات السائدة في المجتمع.

أسس كتابة المقال التحليلي:

يقوم المقال التحليلي على هيئة الهرم المعتدل- شأنه في ذلك شأن جميع أنواع المقال الصحفي- ويضم ثلاثة أجزاء هي المقدمة، وجسم المقال والخاتمة، وبالنسبة للمقدمة يجب أن تتضمن أبرز حدث من الأحداث الجارية دون تفاصيل، وذلك حتى لا يصبح صلب المقال تكرار للمقدمة، أما جسم المقال فيتم عرض المعلومات بالتفصيل بموضوعية مع إبراز الخلفية التاريخية للحدث الذي يتم التعرض له بالمقال وكشف أبعاد الموضوع ودلالاته المختلفة أما في خاتمة المقال التحليلي فهي

تضم خلاصة وجهة نظر الكاتب عن القضية والموضوع المطروح، وقد تأخذ الخاتمة صوراً عديدة منها النهاية الطريقة، والاقتباسية، والتصويرية، والملخصة، والمثل والحكمة، والمقارنات.

وعلى هذا يمكن القول أن الخاتمة تعد من أهم العناصر المؤثرة في المقال التحليلي ذلك أنه آخر ما يطالعه القارئ من المقال، وآخر ما يترك لدى القارئ انطباعاً عن المقال وكاتبه.

ولكن المقال التحليلي يتميز عن كل من المقال الافتتاحي والعمود الصحفي بكبر حجم مساحته في الصحيفة وهو الأمر الذي يسمح لكاتبه بأن يحشد في جسم المقال أكبر كمية من التفاصيل والحجج المنطقية والأدلة والشواهد التي تشرح موضوع المقال.

رابعاً- المقال النقدي:

يقوم المقال النقدي أساساً على عرض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي وذلك من أجل توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج ومساعدته في اختيار ما يقرأه أو يشاهده أو يسمعه من هذا الكم الهائل من الإنتاج الأدبي والفني والعلمي المتدفق يومياً على المستوى القومي والدولي.

ويتضمن تقييم شكل ومضمون العمل الفني أو الأدبي أو العلمي الكشف عن الجوانب الإيجابية والسلبية، وليس فقط الجوانب السلبية، وتقوم عملية التقييم على أساسين هما: إتباع الأصول العلمية والقواعد والنظريات وانطباعات الكاتب الذاتية وذوقه الفني ورؤيته الفكرية.

ويختلف فن المقال الصحفي عن المقال الأدبي اختلافاً جوهرياً، وذلك من حيث الوظيفة والموضوع واللغة والأسلوب جميعاً، فمن الثابت أن المقال الأدبي يهدف إلى أغراض جمالية، ويتوخى درجة عالية من جمال العبارة، وذلك كما يتوخاها الأديب الذي يرى الجمال غاية في ذاته، وغرضاً يسعى إلى تحقيقه، أما المقال

الصحفي فإنه يهدف أساساً إلى التعبير عن أمور اجتماعية وأفكار عملية بغية نقدها أو مدحها، وهو على كل حال يرمى إلى التعبير الواضح عن فكرة بعينها.

وعلى هذا فإن المقال الصحفي عادة ما يهتم بتفاصيل ما يجري من الأحداث اليومية في المجتمع، والأحداث التي وقعت والإحصاءات والبيانات الواردة من كل اتجاه حيث يكون أكثر اهتماماً بالأحداث وتفاصيلها، أما المقال النقدي فهو يتناول الأرقام والإحصاءات بالنقد والتحليل.

ويتضمن المقال الآدبي مجالات عديدة منها المسرح والسينما والفنون من تصوير ونحت، وكذلك الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، والقصصي والأشعار والأغاني والكتب والمؤلفات في مختلف التخصصات من سياسة واقتصاد، وتاريخ، واجتماع، وطب، ورياضيات...

مجالات المقال النقدي:

وتتسع مجالات المقال النقدي لتشمل غالبية النشاط الإنساني:

الإنتاج الأدبي: من قصص وروايات وشعر وأغاني.

الإنتاج المسرحي: مطبوعاً أو معروضاً على المسرح.

الإنتاج السينمائي: أفلام كارتون، أفلام تسجيلية، أفلام وثائقية.

الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني: تمثيليات، أغاني، وبرامج متنوعة.

الإنتاج التشكيلي: رسوم كاريكاتورية، صور، نحت.

الإنتاج العلمي: مؤلفات، كتب، دراسات وأبحاث.

وظائف المقال النقدي:

١- عرض وشرح وتفسير وتحليل الأعمال الأدبية الفنية والعلمية والكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة.

٢- تقييم شكل ومضمون العمل الفني والأدبي والعلمي وذلك بالكشف عن جوانبه الإيجابية والسلبية.

٣- إرشاد القارئ ومعاونته على اختيار أفضل الأعمال الفنية أو الأدبية أو العلمية المناسبة وذات المستوى المرتفع، فالمقال النقدي هو الذي يشير مثلاً على القارئ بالفيلم الذي يستحق أن يشاهده والفيلم الذي لا يستحق.

٤- الكشف عن آثار ونتائج العمل الفني والأدبي على الجمهور المتلقي، فالناقد السينمائي لا يهتم فقد بإبراز نواحي الجمال أو القبح ولا بنواحي الجودة أو الرداءة في الفيلم الذي ينقده، وإنما يمكنه أن يقوم أيضاً بالإشارة إلى تأثير هذا الفيلم على جمهور المشاهدين.

لغة المقال النقدي:

المقال النقدي يجمع بين اللغة الصحفية واللغة العلمية، بين جمال وذوق اللغة الأدبية، مع ضرورة أن تتوفر فيه أيضاً ملامح وخصائص اللغة الصحفية أي البساطة والوضوح والسهولة.

والنقد نفسه سواء كان نقداً ادبياً أو فنياً أو علمياً يقوم على أساسين:

الأول: النظريات والقواعد والأصول العلمية، والناقد الأدبي أو الفني أو العلمي ملتزم في كتابته للمقال النقدي بقواعد وأصول ونظريات العلم الذي تخصص فيه.

الثاني: انطباعات الكاتب الذاتية وذوقه الفني ورؤيته الفنية والفكرية الخاصة فالمقال النقدي ليس مجرد عملية ميكانيكية لتطبيق قواعد عليمة صارمة والخروج منها بنتائج محددة وإنما هو في نفس الوقت علم وفن، ومزيج بين موضوعية العالم وذاتية الفنان، ولعل هذا هو الذي يفرق بين ناقد وآخر رقم أنهما قد يتصديان لنقد عمل واحد.

أسس بناء المقال النقدي:

يقوم بناء المقال النقدي على طريقة الهرم المعتدل وهو في ذلك يصبح متشابهاً مع المقال الافتتاحي والعمود الصحفي، من خلال ثلاثة أجزاء هي:

١- **مقدمة المقال النقدي:**

وتشتمل على النقاط التالية:

- القضية أو المشكلة أو الفكرة الهامة التي يثيرها موضوع العمل الفني أو الأدبي أو العلمي.
- التجديد أو التطوير أو العنصر الجديد الذي يطرحه شكل ومضمون هذا العمل.
- مدى إقبال الجمهور على العمل أو مدى إعراضه عنه.

٢- جسم المقال النقدي:

ويضم النقاط التالية:

١- عرض موضوع العمل النفي أو الأدبي أو العلمي.

٢- تحليل وتفسير وشرح الأبعاد المختلفة للعمل.

٣- تقديم المعلومات الخفية أو التاريخية للعمل نفسه.

٤- المقارنة بين هذا العمل وغيره مع غيره من الأعمال المشابهة سواء كان ذلك على مستوى ما كتبه الكاتب من قبل، أو على مستوى ما يتم عرضه.

٣- خاتمة المقال النقدي:

- الفكرة
- عرض الموضوع + تحليل + تفسير + مقارنة
- تقييم نهائي للعمل وتحديد مستواه بالنسبة لغيره من الأعمال المشابهة، دعوة لمتابعة العمل أو عدم المتابعة.
- وفيه يتم تقييم العمل والوقوف على مستواه الإبداعي وفي الخاتمة تأتي دعوة الكاتب للقراء أو المشاهدين أو المستمعين إلى مشاهدة أو عدم مشاهدة هذا العمل، وعلى هذا فإن النقد هو تقييم لعمل يتم عرضه، سواء أكانت ذلك مدح في العمل أو أحد عناصره، أو نقد بعض عناصره والأخطاء التي شابت العمل ذاته.

خامساً- اليوميات الصحفية:

ومقالات "اليوميات" تعد أقرب إلى فن العمود الصحفي من حيث التعبير الشخصي الذي يتم عن تفكير صاحبه، وروح المذهب الذي يميل إليه، ونظرته إلى الحياة، سواء كانت روحه ساخرة أو متواضعة، أو متغطرسة أو متكبرة، وقد تتناول اليوميات نقداً سياسياً أو اجتماعياً، والكاتب هنا يعبر عن وجهة نظره، لا عن سياسة الصحيفة التي يعمل بها.

واليوميات الصحفية ليست في حقيقة الأمر سوى مجموعة من الأعمدة يكتبها كاتب واحد مرة واحدة في الأسبوع، فالفقرات التي تضمها اليوميات إذا أخذت كل منها على حدة لما اختلفت كل فقرة منها عن العمود الصحفي في شيء سواء في موضوع اليوميات أو لغتها، أو في بنائها الفني القائم على الهرم المعتدل.

فموضوعات اليوميات الصحفية يمكن أن تستوعب السياسة والاقتصاد والاجتماع وقضايا الفكر والفن والأدب وكذلك مشاكل الناس وهمومهم.

ولغة اليوميات تجمع شأنها شأن العمود الصحفي بين بساطة اللغة الصحفية وجمال اللغة الأدبية، وكذلك في كونها تقوم على التجربة الذاتية للكاتب.

وقد انتشرت اليوميات الصحفية في الصحافة العالمية والعربية في النصف الأول من القرن (الماضي) وخاصة في أوقات ازدهار صحافة الرأي ولكن كثيراً من الصحف بدأت تخلي صفحاتها من هذا الفن الصحي مع بداية ربع القرن الأخير، حيث بات من النادر أن تجد صحيفة تفرد مساحة من صفحاتها لهذا الفن، وبعد أن كان فن اليوميات باباً رئيسياً من أبواب الصحف والمجلات العربية- وغالباً ما تفسح له صفحتها الأخيرة- صار من النادر أن تجد صحيفة أو مجلة عربية ما زالت تحتفظ بهذا اللون من الألوان الصحفية ويمكن أن نرجع هذا التراجع إلى عاملين:

الأول: أن فن العمود الصحفي صار يؤدي جميع وظائف اليوميات بالإضافة إلى تميزه بصغر المساحة التي يشغلها من الصحيفة.

والثاني: تراجع صحافة الرأي وغلبة صحافة الخبر على الصحافة المعاصرة.

وتطبيقاً على الصحف المصرية تعد جريدة (الأخبار) هي الصحيفة المصرية الوحيدة التي ما تزال تحتفظ بفن اليوميات بالصفحة الأخيرة والتي ما تزال تفسح له مساحة كبيرة من صفحتها الأخيرة، ومن كتابها عبد الرحمن الأبنودي، جمال الغيطاني، سمير سرحان، د. محمد عمارة، نعم الباز، سناء فتح الله.

ومن مميزات اليوميات أنها تتنوع في موضوعاتها التي تصور الحياة الإنسانية بمعناها الواسع بخيرها وشرها، ويشترط في كاتب اليوميات أن يكون معروفاً للناس من خلال مؤلفاته وإنتاجه الفكري والأدبي.

سادساً- المقال الاجتماعي:

يهتم هذا المقال برصد الواقع وتشخيصه، مع محاولة الاستثارة والاستفزاز لتحريك مشاعر الناس تجاه القضية التي يناقشها.

أهم خصائص المقال الاجتماعي:

١- ربط المقدمات بالنتائج (مثل الزواج بأجنبيات، ما المقدمات التي أدت إلى مثل هذه النتائج....).

٢- الميل إلى الخيال لتقريب المعنى وجعل المقال أكثر إثارة.

سابعاً- المقال الوصفي:

- يبدو من عنوانه ذا صبغة أدبية يتلون بمشاعر الكاتب وأحاسيسه تجاه الأشياء.
- يطغى عليه الطابع الوجداني.
- يحسن أن تشيع فيه الاستشهادات والنماذج الأدبية الراقية.
- المزاوجة بين الخبر والإنشاء في الأسلوب.
- لابد فيه من التنظير، والأفكار.

ثامناً- المقال العلمي:

وهو طريق العالم لتقديم حقائق علمية من خلال منهج علمي يقوم على الموضوعية المطلقة.

أهم سمات المقال العلمي:

- إيراد حقائق.
- استخدام أرقام وإحصاءات.
- استخدام لغة مباشرة سهلة محددة.
- إيراد المصطلحات العلمية كما هي معروفة.

هيكلية المقال:

يحتوي المقال في البداية على الموضوع (اسم الموضوع)

"إسرائيل... الحرب القادمة"

الكاتب: بهاء رحال

الحرب هي عنوان الحكومة الإسرائيلية الحالية والشغل الشاغل لها ولأركانها وإستراتيجية هجومية أولى ضمن مسلسل خططها التي قدمت لأجلها بهذا الائتلاف وهذا الشكل، لا غرابة في الأمر كثيراً، جيش يبحث عن الثأر بعد هزيمته في جنوب لبنان على أيدي مقاتلي حزب الله وعجزه عن تحقيق أهداف حربة التي شنها على قطاع غزة، الأمر لا يحتاج لمنجمين ولا لمحللين ليقدموا رؤيتهم المعمقة، الأمر غاية في الوضوح، تحضيرات صريحة على مختلف الأصعدة، تعزيز على الجبهة الداخلية، استنفار في صفوف الجيش، استدعاء للاحتياط، دبلوماسيين يجوبون دول العالم، وتحذيرات موجهه لأكثر من طرف، جنرالات يجاهرون علانية ويتحضرون لخوض المعركة.

إسرائيل دقت ناقوس الحرب القادمة وتدفع بكامل قوتها نحو إشعال فتيلها ولا تتوانى عن خلق ذرائع على الأرض من خلال ما تقوم به وذلك للتهرب من استحقاقات العملية السلمية التي قد تفرض عليها تنازلات تسعى للتهرب منها وتبحث عن تأجيج الصراع بشتى السبل في محاولة منها لرد اعتبار الجيش الإسرائيلي الذي سقطت هلاميته خلال الأعوام الماضية إلى جانب فرض أجندة جديدة على المنطقة في

حـال حققـت النـصر في الحـرب القادمـة ممـا سـيخرجها مـن دائـرة الـضغط الـدولي ويمكنها من التربع على مستقبل الشرق الأوسط.

اتخـذت إسـرائيل قرارهـا بـالحرب وتعمـل علـى تحـضير نفـسها جيـداً لها مـن خلال الاستعداد الكامل وتحصين جبهتها الداخلية ولكن على ما يبدو لم تتخذ بعد قـرار وجهتهـا خاصـة وأنهـا تـرى أن أولوياتهـا تكمـن في ثـلاث وجهـات هـي الجبهـة اللبنانية والقطاع المحاصر وإيران النووية، حرب ستخوضها إسرائيل وتصرّ عليها على مـا يبدو بشكل انتقامي وهي تطمح لتحقيق النصر فيها.

لم تعـد إسـرائيل بجرأتهـا المعهـودة والـتي اعتـاد عليهـا العـالم، خاصـة وأنهـا تبحث فيها عن انتصار لجيشها الذي لم يعد قادراً على احتمال أي انتقاص من هيبته أو هزيمـة قـد تحملها إلية أي حـرب قادمـة لـذا فـان إسـرائيل هـذه المرة سيكون لها حسابات جديدة وإستراتيجية حرب من نوع مختلف.

نوايـا إسـرائيل المبيتـة تجـاه الحـرب لم تكـن بـالأمر الجديـد فمنـذ أن انتهت حربها المستمرة على قطاع غزة دون تحقيق أي نتائج سواء كانت المتعلقة في موضوع الجنـدي شـاليط أو الـتي تتعلـق بالقـضاء علـى المقاومـة ووقـف إطـلاق الـصواريخ علـى المستوطنات والمدن المحاذيـة للحـدود مـع القطـاع، وهـي تـسعى لتحقيـق انتـصار يعيـد لجيشها الشجاعة وينقذهم من ملاحقة المحاكم الدوليـة الـتي أصـبحت تطـاردهم في كل مكان يذهبون إليه وأصبحوا يتخبطـون داخـل وحداتهم وثكنـاتهم العـسكرية دون جدوى.

الواضـح تمامـاً أن حكومـة الاحـتلال تبحـث عـن حـرب في المنطقـة مـن نـوع مختلف ولكن يبقى السؤال على من ستوجه إسـرائيل نيران أسلحتها ومـن أي نقطـة ستبدأ.

هـذا مقال من وكالة معا

واسم الكـاتب... بهاء رحال (إذا لم يكـن موجوداً كان مخالف للأخلاقيـات الإعلامية ويفقد المصداقية)

العنوان...........إسرائيل... الحرب القادمة

المضمون..... سياسي

بعد العنوان المقدمة.......... تقديم موضوع المقال

"الحرب هي عنوان الحكومة الإسرائيلية الحالية والشغل الشاغل لها ولأركانها وإستراتيجية هجومية أولى ضمن مسلسل خططها التي.......... يتحضرون لخوض المعركة.

أو عن ماذا يتحدث المقال.

جسم المقال يقدم المعلومات والحقائق التي قام الكاتب بالاعتماد عليها ويجب أن لا يكون المقال طويل.

"يتحضرون لخوض المعركة............."

وفي النهاية رأي الكاتب.. فإذا لم يضمن الكاتب رأيه يصبح خبراً.

الواضح تماماً أن حكومة الاحتلال تبحث عن حرب في المنطقة من نوع مختلف ولكن يبقى السؤال على من ستوجه إسرائيل نيران أسلحتها ومن أي نقطة ستبدأ.

التخطيط لكتابة مقال:

❖ أريد أن أكتب مقالاً.... من أين أبدأ وكيف ؟

إذا رغبت بكتابة مقال ولم تمارس من قبل هذا النوع من الكتابات الصحفية فيمكنك الاسترشاد بالخطوات التالية حتى تسهل عليك عملية الكتابة، وهي على النحو التالي:

١- تحديد الفكرة الرئيسة للمقال الذي تريد الكتابة حولها، مع تحديد المصادر التي ستلجأ إليها في عملية جمع المعلومات حول الفكرة لتكون أكثر نضوجاً لديك.

٢- أكتب ملخصاً عن فكرة مقالك التي اخترتها في سطرين أو ثلاثة للتأكد من أن المقال الذي ستكتبه قدم تفصيلاً وافياً حول الفكرة والتزم بها.

٣- قسم مقالك إلى عناصر ونقاط وابدأ عملية جمع المعلومات وترتيب الأفكار حولها قبل الشروع في كتابتها لتعرضها بصورة متسلسلة ومنطقية ومترابطة، بحيث تخدم فكرة المقال الرئيسة.

٤- لا تكتف بعرض الحقائق والآراء مجردة في بعض الأحيان بل ابحث عن دلالاتها وأبعادها مع ربطها بحقائق أخرى للخروج بأفكار جديدة للقراء وللابتعاد عن إعادة كتابة ما تم نشره.

٥- أنت وصلت بذلك لمرحلة الكتابة النهائية للمقال بعد أن قسمته إلى ثلاثة أجزاء (مقدمة- جسم- الخاتمة) فاشرع في كتابة مسودة أولية واتبعها باستكمال ما تبقى من معلومات ناقصة وعمليات حذف أو إضافة وإجراء المراجعة اللغوية والأسلوبية قبل تقديم المقال بصورته النهائية للجهات المعنية لنشره.

❖ شروط الكتابة الجيدة للمقال:

الكتابة متعة وليست مجرد عملية عرض لآراء وأفكار، ويرى البعض أن كتابة المقال هي تجربة أصعب من تجربة الكتابة في الفنون الصحفية الأخرى التي تعتمد بدرجة أكبر على المعلومات التي يتم تجميعها والوصول إليها من مصادرها المختلفة.

ولأن الكتابة الجيدة تحتاج إلى مزيد من الممارسة، فإن لها كذلك شروطاً يجب أن تتحقق وتتضح من خلال كتاباتك وهي:

١- صحة اللغة وسلامة التعبير.

٢- الترابط والتجانس دون الانتقال المفاجئ المريك بين الجمل والفقرات.

٣- الإقناع والتأثير وصولاً إلى تحقيق هدف الكتابة، ويتم ذلك من خلال اللجوء إلى: أسلوب الإقناع العقلي اعتماداً على الحجج والدلائل والحقائق ثم أسلوب التأثير العاطفي الوجداني انطلاقاً من المشاعر والأحاسيس المحيطة بالكاتب والقضية.

٤- عرض تجربتك الإنسانية دون الحديث الشخصي الذاتي (الأنا) وإنما توظيف التجربة في الحديث عن الأشياء والموضوعات.

٥- الجمع بين المتعة والفائدة ويتم ذلك من خلال: أسلوب السخرية أو التهكم، الأسلوب القصصي، توظيف أحداث الحياة اليومية، تجنب التكرار والإطالة والاستطراد.

٦- حسن تنظيم وتقسيم الجمل والفقرات وإتقان أسلوب الكتابة فيها.

٧- مراعاة علامات الترقيم لزيادة التوضيح والترابط.

الخطوات العامة لكتابة المقال:

من يرغب في كتابة مقال معين عليه أن يلتزم بالخطوات التالية:

- اختيار الموضوع.
- تحديد الهدف.
- عنوان المقال.
- الإطار أو الخطة.

أولاً- اختيار موضوع المقال:

إن اختيار موضوع المقال يتطلب من الكاتب أن يختار موضوعاً يعرف عنه قدراً كافياً من المعلومات، وأن يكون موضوع مقبولاً من جانب القراء الذين يكتب لهم.

ويؤخذ الموضوع عادةً من الحياة، مثل: تجربتي تعلّم اللغة الانجليزية، حادث شاهدته، قراءة الصحف، تجربة مرعبة.

ثانياً- تحديد الهدف من المقال:

إن أحد العوامل التي يتوقف عليها النجاح في الكتابة هو تحديد الهدف، وهذا التحديد يساعدنا على أمرين: معرفة ماذا نكتب؟ وكيف نكتب؟[1].

(١) د. فاروق أبو زيد: فن الكتابة الصحفية.

فلو أنك قمت بزيارة مكة المكرمة وأردت أن تكتب عنها، فعليك أن تحدد هدفك من المقال:

- هل تريد أن تجعل القارئ يشاركك التجربة الوجدانية؟
- هل تريد وصف الحرم المكي الشريف؟
- هل تريد أن تقارن بين مدينة مكة الآن وقبل مئة سنة.

ثالثاً- اختيار عنوان المقال:

إن اختيار عنوان المقال ضرورة لأنه يساعد الكاتب على تحديد موضوع المقال، لذا يجب أن يكون العنوان:

- محدداً.
- واضحاً بعيداً عن الغموض (أبها المدينة الساحرة)، وهذا عنوان غامض، وبديله: (أبها أحد مصايف المملكة).
- دالاً على أنه يعالج قضية واحدة في المقال لا أكثر، لاحظ مثلاً هذا العنوان الغريب: التنمية وتوعية المواطن مسؤولية مَنْ.

رابعاً- خطّة المقال:

تتكون الخطةُ عادةً من المقدمة، والعرض، والخاتمة.

- المقدمة.
- تبدأ بجملة لجذب انتباه القارئ إلى الموضوع.
- ثم تتلوها جملة لتحديد هدف المقال.
- ثم تنتهي بما يحدد مجال المقال، ويمهد للعرض.
- ويجب أن تكون المقدمة موجزة، وتتناسب والموضوع كمّاً وكيفاً.
- العرض.
- يمثل العرض الجزء الأكبر من المقال، يتناول الكاتب فيه المشكلة بالشرح، والتحليل، والتمثيل حتى يصل بهدفه إلى ذهن القارئ.
- وهذا القسم يحتل ثلثي حجم المقال.

- ومن سماته: التسلسل المنطقي للأفكار، والدقة في التعبير، ووضوح الأسلوب.
- الخاتمة.

تأتي الخاتمة في نهاية المقال، وهي تميل إلى الإيجاز، وفيها يلخص الكاتب هدف المقال، والنتيجة التي توصل إليها، ويجب أن تكون موجزة، واضحة، لغتها سهلة.

الفصل السادس

التقرير الصحفي

التقرير الصحفي فن يقع بين الخبر والتحقيق الصحفي ويقدم التقرير مجموعة من المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها وحركتها الديناميكية فهو يتميز بالحركة والحيوية.

وتختلف الصحف فيما بينها تبعاً لاهتماماتها وطريقة معالجتها للأحداث وأسلوبها ونوعية الأخبار التي تنشرها.

وتعتمد الصحف بهذا القدر أو ذاك على التقرير الصحفي، وهو جنس من أجناس الكتابة الصحفية، ولا يعتمد بالضرورة على سرد مجمل وقائع الخبر بل قد تختار الصحيفة من جوانب الخبر جانباً معيناً ترى أنه يثير اهتمام القارئ، فتتناوله بالسرد والتحليل فيتحول الخبر بذلك إلى تقرير صحفي، وقد يكون التقرير مستخلصاً من واقع ظرفي قائم أو من أحداث متوقعة أو يرتبط بمناسبة معينة، أو من خبر سبق نشره، ويرى رئيس التحرير أن الضرورة تقتضي الرجوع إليه لمعالجته بطريقة مختلفة، ويتضمن التقرير الصحفي رأياً أو نصائح إلى القراء، وليس كل حدث صالح ليكون موضوع تقرير صحفي، ويجب إذن التزام قاعدة الحذر عند اختيار حدث الموضوع الصحفي.

والتقرير الصحفي لا يستوعب الجوانب الجوهرية أو الرئيسية في الحدث فقط كما هو الشأن في الخبر وإنما يمكن أن يستوعب وصف الزمان والمكان والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث حيث لا يقتصر التقرير الصحفي على الوصف المنطقي والموضوعي للأحداث وإنما يسمح في نفس الوقت بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر الذي يكتب التقرير فكلما كان المحرر شاهد عيان على الحدث كلما زادت فرصة النجاح أمام التقرير الصحفي.

ويزداد تعريف التقرير الصحفي وضوحاً من خلال المقارنة مع الخبر الصحفي و التحقيق الصحفي.

الخبر والتقرير الصحفي:

يرى بعض أساتذة الصحافة وجود تشابه بين الخبر الصحفي والتقرير الصحفي، حيث أن كل منهما يحمل مضموناً خبرياً جديداً، ومحل اهتمام القراء فالخبر الصحفي وإن كان تعبير عن واقعة أو حادثة، أو فكرة ترتبط بمصالح غالبية القراء، وتثير اهتمامهم وهو في ذلك يقوم بعملية النقل ورصد الحدث بموضوعية كاملة، أما التقرير الصحفي فهو يتضمن أيضاً مضموناً خبرياً ورصد لحدث أو قضية أو واقعة إلا أن المحرر الصحفي يضفي مزيد من التفاصيل حول أصل القصة الخبرية فضلاً عن طرح انطباعه الشخصي عن الواقعة أو الحادثة التي يقوم بالكتابة عنها.

الخبر الصحفي يتسم بالموضوعية في نقل الحدث فقط، واختفاء وجهة نظر الكاتب أو انطباعه الشخصي عن الحدث، والبعد عن سرد أي تفاصيل لا علاقة لها بالخبر أو تخرج به عن موضوعيته، بينما التقرير الصحفي يتوسع في سرد التفاصيل فهو يتضمن انطباعات وآراء واتجاهات وسرد تفاصيل وخلفيات عن الحدث أو الواقعة لم تكن مطروحة عند نشر الخبر الصحفي.

التحقيق الصحفي والتقرير الصحفي:

ورغم التشابه بين النمطين إلا أن الاختلاف بينهما يأتي في النقاط التالية:

- إن التحقيق يتناول قضية أو مشكلة (البطالة، رغيف الخبز، أسعار الدواء، الأمراض المتوطنة) أما التقرير الصحفي فهو يتناول خبراً أو موضوعاً يثير اهتمام الجمهور عن طريق نشر المزيد من المعلومات والآراء عن الموضوع المثار.
- في التحقيق الصحفي يقوم المحرر بعرض وجهات النظر في القضية المطروحة من خلال التحقيق، وبالتالي فلا يسمح له بالتعبير عن وجهة نظره، أو تأييد رأي آخر، بينما التقرير الصحفي يظهر من خلاله شخصية الكاتب ووجهة نظره، فضلاً عن كونه ليس مضطراً أن يكون التقرير متفقاً وسياسة التحرير التي تقوم عليها الصحيفة التي يعمل بها.
- يتميز التحقيق الصحفي بالتعمق في بحث ودراسة الأبعاد المختلفة، في حين يكتفي التقرير بتقديم صورة سريعة للحدث أو يقوم بالتركيز على جانب منه دون أن يفرق في التفاصيل المدعمة بالبحث والدراسة، فالتقرير الصحفي يقدم تفاصيل أكثر من الخبر وأقل من التحقيق الصحفي.
- كما يختلف هدف التحقيق الصحفي وغرضه عن هدف التقرير الصحفي وغرضه، فالتحقيق الصحفي يستهدف إقناع القارئ بأهمية وخطورة المشكلة أو الفكرة التي يطرحها كاتب التحقيق بهدف كسب الرأي العام، أما التقرير الصحفي فينحصر هدف كاتبه في إثارة اهتمام القارئ بالموضوع وذلك بتقديم معارف ومعلومات جديدة وظريفة أو غريبة ومسلية عن حدث من الأحداث الجارية.
- يحتاج التحقيق الصحفي إلى أسلوب بسيط ولكن عميق وهو يحتاج لكي يقنع القارئ بالقضية أو المشكلة معتمداً على الأرقام

والإحصائيات وغير ذلك مما يحتاجه التحقيق الصحفي، أما التقرير الصحفي لا يصلح له إلا الأسلوب البسيط الواضح والجمل القصيرة مع جمع اكبر كمية من الحقائق والمعلومات في اقل قدر ممكن من الكلمات ولا يعنيه أن يسجل كل الحقائق بالأرقام أو يدعمها بالبيانات.

- وإذا كان التحقيق الصحفي يحاول أن يشرح ويفسر ويعلق ويبحث في الأسباب والعوامل التي تكمن وراء الخبر إلا أن التقرير الصحفي غالباً ما يكتفي

بزاوية واحدة دون التطرق لباقي الجوانب.

أنواع التقارير الصحفية:

١- التقرير الإخباري:

هو التقرير الذي يهتم في المقام الأول بعرض وشرح وتفسير القيم الإخبارية بالقصة الخبرية المرتبطة بالحدث أو الواقعة وتفسير زوايا أو جوانب من الأخبار أو الأحداث أو الوقائع اليومية الجارية، وهو يعنى بتقديم معلومات وبيانات عن خبر أو حدث لم يستطع الخبر الصحفي تناولها، حيث قد تكون هذه المعلومات لها دلالة تاريخية أو تناولها من خلال آراء خبراء ومتخصصين في الموضوع المطروح وإبراز جوانب جديدة عن حدث معروف وتقديم الخلفيات التاريخية والوثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله التقرير لتوضيح الجوانب الغامضة أو غير المفهومة في الحدث.

وقد يكون هذا التقرير يومياً حيث يلبي احتياجات القراء في التعرف على الخلفيات والتفاصيل غير المسموح بنشرها في الأخبار، فهو يقدم معلومات إضافية عن الحدث أو الواقعة.

وقد يكون التقرير الإخباري عملاً تركيباً من أخبار مختلفة وهو لا يهدف إلى التعمق في الموضوع بقدر ما يهدف إلى التدقيق والتفصيل في الحدث، فالخبر يعلن عن الحدث والتقرير يوضحه ويفسره.

والتقرير الإخباري يجب أن يلتزم بالأسلوب الموضوعي في عرض المعلومات والبيانات والآراء بمعنى عدم تحيز الكاتب أثناء سرده للمعلومات أو تعميمه لنتائجها وكذلك أن يهتم كاتب التقرير بتقديم المعلومات والبيانات الجديدة وتقديم الخلفية التاريخية لموضوع التقرير.

وعلى التقرير الإخباري أن يلبي الاحتياجات الإعلامية للقارئ المعاصر وخاصة فيما يتعلق بالقضايا الحيوية في المجتمع الحديث ويرى الخبراء أن مجالات التقرير الإخباري تنصرف إلى تغطية الأخبار الجادة والقليل من التقارير الإخبارية تنصرف إلى تغطية الأخبار الخفيفة.

٢- التقرير الحي:

هو التقرير الذي يركز على التصوير الحي للوقائع والأحداث ويهتم برسم صورة الوقائع والأحداث أكثر مما يهتم بشرحها أو تفصيلها وتفسيرها ،ويشترك التقرير الإخباري مع التقرير الحي في أنهما يتناولان الوقائع والأحداث الجارية ولكن في حين يركز التقرير الإخباري على سرد البيانات والمعلومات حول الواقعة وتحليلها نجد التقرير الحي يركز على وصف الحدث نفسه أو الواقعة ذاتها ووصف الحدث والظروف المحيطة به والمناخ الذي تم فيه، والناس الذين ارتبطوا به، وكذلك عرض التجارب الذاتية سواء جاءت مصاحبة للمحرر الصحفي، أو الأفراد الذين لهم علاقة بالحدث أو الواقعة- مثل تغطية جلسات البرلمان والانتخابات والمؤتمرات

السياسية- وهو كثيراً ما يجعل الناس يتكلمون بأنفسهم ويرسمون تعبيراتهم الخاصة.

ويستعين التقرير الحي في كثير من الأحوال بالعديد من الأدوات والأشكال التي يستعين بها التحقيق الصحفي لكن الفرق هو التركيز على زوايا الموضوع، هذا وينصرف الجزء الأكبر من التقارير الحية إلى تغطية الأخبار الخفيفة ولكن في نفس الوقت هناك جانب غير قليل من التقارير الحية تغطي الأخبار الثقيلة مثل التقارير التي تغطي الجلسات البرلمانية والاجتماعات الحزبية والمعارك الانتخابية والمؤتمرات السياسية والاحتفالات القومية وغير ذلك من المجالات.

٣- تقرير الشخصية:

هو التقرير الذي يهتم بعرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث التي تلعب دوراً مميزاً وبارزاً على المستوى المحلي والإقليمي أو الدولي، مثال ذلك فوز مرشح برئاسة الجمهورية يدفع الصحفي إلى عدم الاكتفاء بكتابة تقرير إخباري عن الانتخابات ونتائجها وإنما تدفعه إلى أن يكتب تقريراً صحفياً يعرض فيه ويحلل شخصية الفائز وملامح شخصيته ومدى طموحه السياسي وطموحاته المستقبلية.

وعلى هذا فقد يحدث هناك خلطاً بين تقرير الأشخاص والحديث الصحفي القائم مع شخصية من الشخصيات الموجودة في المجتمع، فالتقرير الخاص بعرض الأشخاص يقوم على رسم ملامح شخصية من الشخصيات وبالتالي ليس شرطاً إجراء حوار صحفي معها، أو تناول وجهة نظرها في قضية أو موضع ما من الموضوعات، أما الحديث الصحفي فقد يقوم مع شخص أو مجموعة من الأشخاص بهدف الحصول على بيانات ومعلومات عن

موضوع أو قضية ما محل اهتمام الغالبية العظمى من الجمهور، وبالتالي فهو يبحث عن سؤال (لماذا؟) أما التقرير الصحفي فهو يبحث عن سؤال (ماذا ؟) حيث لا يخرج عن إطاره الخبري إلا في نواحي نشر المزيد من التفاصيل عن الحدث أو الواقعة.

ويقوم تقرير عرض الأشخاص بالرسم المتقن للشخصيات المشتركة في الأحداث اليومية الجارية وتصوير عملية الصراع بين الإنسان والطبيعة والمجتمع والمرض وبين الإنسان والإنسان من أجل الشهرة أو المال المجد.

وكاتب هذا اللون من التقارير يجب أن يحرص على التعبير الصادق عن الشخصية وأن يميز تمييزاً واضحاً بين آراء الشخصية وانطباعاتها عن الشخص موضوع التقرير وبين آراء هذا الشخص نفسه.

٤- التقرير حول خطاب:

وفيه يقوم الصحفي بعرض ما يراه مهماً من فقرات الخطاب، حيث يتعذر نشر نص الخطاب بسبب طوله أو لأنه يتضمن فقرات ليست بذات أهمية في نظر الصحفي، ويعمد الصحفي في هذه الحالة إلى تقسيم الخطاب إلى فقرات فينقل مضمون كل فقرة على حدة تبعاً لتسلسل أهمية الفقرات.

٥- تقرير حول لقاء:

ويكتبه الصحفي عقب لقاء يجريه مع شخص ما، وعلى الصحفي أن ينقل الحوار كاملاً أو يقدم ملخصاً أميناً عنه دون زيادة.

قالب صياغة التقرير الصحفي:

يكتب التقرير الصحفي بطريقة معاكسة للخبر الصحفي حيث يقوم بناء التقرير الصحفي على قالب الهرم المعتدل، حيث تأتي مقدمة التقرير بوقائع ومواقف ومعلومات جديدة عن الواقعة أو الحادثة، أما جسم التقرير فيتضمن المعلومات والبيانات الجوهرية بما في ذلك الأدلة والشواهد والصور الحية للموضوع التي تؤكد

حقيقة ما جاء بالتقرير من معلومات وبيانات، أما خاتمة التقرير فهي التي تكشف فيها النتائج والخلاصة وقد تأتي بعرض وجهة نظر المحرر وأهم النتائج التي توصل إليها عند تناوله للتقرير الصحفي.

وبناء التقرير الصحفي من مقدمة وجسم وخاتمة وقيام هذا البناء على تسلسل منطقي يجعل من أجزاء التقرير وحدة عضوية مترابطة ليس من السهل قطع أو حذف جزء منها دون أن يتأثر ذلك ببناء التقرير نفسه.

١- عنوان التقرير الصحفي:

له أهمية كبرى، ويجب أن يكون مختصراً وواضحاً وجذاباً ويعكس مضمون التقرير، وقد يتطلب الأمر عنواناً ثانوياً لدعم العنوان الرئيسي وعناوين فرعية تؤطر فقرات الموضوع.

٢- مقدمة التقرير الصحفي:

وهي تقوم على التمهيد للموضوع الذي يتم تناوله من خلال التقرير بما يعني تهيئة القارئ للموضوع المطروح، بحيث تجذب المقدمة انتباه القراء للموضوع الذي يتناوله التقرير وتدفعهم للمتابعة للتفاصيل التي جاءت في إطاره، ومقدمة التقرير الصحفي قد تحتوي على واقعة ملموسة، موقف معين، صورة منطقية، زاوية جديدة لموضوع غير جديد، وتتحدد قيمة المقدمة في قدرتها على جذب انتباه القارئ إلى الموضوع المطروح وكذلك القدرة على دفع القارئ إلى متابعة قراءة بقية التقرير حتى نهايته.

أنواع المقدمات:

- مقدمة تساؤلية، ويجب أن يتضمن هيكل التقرير الإجابة على تساؤل أو تساؤلات المقدمة.

❖ مقدمة وصفية: من الأفضل أن يكون كاتب التقرير قد عاش الحدث ليتمكن من جعل القارئ يعيش الحدث كما لو كان حاضراً.

٣- جسم التقرير الصحفي:

هو الجزء الذي يضم المعلومات والبيانات الجوهرية في موضوع التقرير، بما يعني الأدلة والشواهد المنطقية التي تدعم موضوع التقرير، وبالتالي يجب على كاتب التقرير أن يحرص على أن تكون فكرة التقرير واضحة من البداية وذلك من خلال التتبع المنطقي للحدث أو الواقعة، بأن يتم سرد القصة التي يتضمنها التقرير من بدايتها حتى وقت كتابة التقرير بجانب الكشف عن النقاط والجوانب الغامضة في الحدث أو الواقعة التي يتضمنها التقرير.

٤- خاتمة التقرير الصحفي:

وفيها يقوم المحرر الصحفي بعرض أهم النتائج والخلاصة التي توصل إليها من خلال رصده للحدث أو الواقعة، مع طرح وجهة نظره وانطباعه الشخصي عن الحدث الذي قام برصده ووصفه والتعليق عليه، والكشف عن خلفياته[1].

والخاتمة تعيد تذكير القارئ بالفكرة الشاملة التي يمكن استخلاصها من الموضوع.

مقدمة- جسم الخبر- معلومات- أدلة- شواهد- خاتمة- التقرير- نتائج- خلاصة- رأي شخصي

(١) فن الكتابة الصحفية للدكتور فاروق أبو زيد ومقالات أخرى.

الفصل السابع

التحقيق الصحفي (الريبورتاج)

التحقيق الصحفي واحد من أهم الفنون الصحفية، فهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد، حيث يجمع بين الخبر والحديث والرأي، وهو من أصعب الفنون التحريرية، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، لذلك يعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في الجريدة، وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لابد وأن يكون ذا خبرة ومراس في مجال الصحافة، حيث يكون قد تعلم وعرف كيف يحصل على الخبر، وكيف يجري الحوارات واللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها، ليقدم في النهاية تحقيقاً صحفياً يفسر الواقعة أو الحادثة أو القضية موضع التحقيق.

ويبدأ فن التحقيق الصحفي- عادة- من النقطة التي ينتهي عندها الخبر الصحفي، فإذا كان الخبر الصحفي من واجباته أن يجيب على عدة أسئلة وهي: من؟ ماذا ؟ متى؟ أين ؟ لماذا ؟، فإن التحقيق الصحفي ينتهي للإجابة عن سؤال أساسي هو: كيف؟ وذلك ليس بالسؤال الهين.

ذلك أن روح التحقيق الصحفي تتسم بالدراسة والاستطلاع والبحث، وتقصي أسباب الحقائق ومعرفة الزوايا المتعددة للحقيقة الواقعة، وكثيراً ما يتصل التحقيق الصحفي بالأحداث الجارية، ويرتبط بالأفكار الحية في حياتنا، ولذلك فإنه يتسم بالواقعية والحالية، حتى لو كان الموضوع تاريخياً، ولكن بشرط أن تكون الزاوية الجدية أو النظرة المكتشفة حديثاً، لا بد أن تعطي معانٍ وأبعاد ليست معروفة من قبل.

فالتحقيق الصحفي ينطوي على المعلومات والبيانات والتعليقات والمعاني والأبعاد الكامنة وراء الأخبار والمفاهيم السائدة، فهو عمل إبداعي يتطلب مهارة ونظرة ثاقبة.

والتحقيق الصحفي يتضمن الحوار والمناقشة والحديث الصحفي والاستقصاء والبحث والدراسة، بشرط أن يتم ذلك في إطار الواقع العملي ويعبر باصطلاحات مفهومة للجميع، مع الابتعاد عن المصطلحات العلمية والفنية المجردة

والحرص على استخدام الألفاظ المألوفة، مع الحذر من الانزلاق إلى العامية المبتذلة والبعد عن الحشو والإسهاب.

وقد يتطلب التحقيق الصحفي الاستعانة بآراء الخبراء والباحثين والأكاديميين والمختصين في الموضوع المطروح، كما أنه يحتاج عند نشره إلى الصور الفوتوغرافية والرسوم البيانية والخرائط الإيضاحية والوثائق.

تعريف التحقيق الصحفي:

يعد التحقيق الصحفي أحد أهم فنون التحرير الصحفي رغم أنه فن حديث نسبياً في العمل الصحفي، حيث لم يستخدم على نطاق واسع إلا مع مطلع القرن العشرين، حيث كان الطابع الخبري والمقالي هما أساس العمل الصحفي آنذاك.

ويرى فاروق أبو زيد أن التحقيق الصحفي هو "فن يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق

بينما يرى إبراهيم إمام أنه "فن يبدأ من حيث انتهى الخبر، وهو مختلف عن فن الكتابة العادية حيث ينطوي على تحرير صحفي، وفن تصويري، وتبسيط للحقائق مع الاستعانة بالصور الفوتوغرافية أو الرسوم الإيضاحية التي تدعم الموضوع المطروح من خلال التحقيق الصحفي.

أما جلال الدين الحمامصى فيؤكد أن التحقيق الصحفي يستطيع أن يلقى جملة أضواء على المشكلة المعروضة، ويزيد من قدرة القراء على الاستمتاع به وتتبع قراءته، هذا الشرح أو التعليل هو الذي يجعل للتحقيق صفة الجذب، وهو الذي يكثر من عدد القراء، ومن هنا فإذا كان الخبر الصحفي يبحث عن سؤال ماذا حدث؟ فإن التحقيق الصحفي يبحث عن تساؤل مهم وهو (لماذا حدث ذلك) وبالتالي فهو يبحث في الحدث ويحقق فيه كما يفعل رجال القضاء وضابط الشرطة.

ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته هامة لأكبر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم، وأن تتم الفكرة بالجدة أو تقدم معالجة جديدة في حالة

ما إذا كانت قديمة، يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.

يتخذ فن التحقيق الصحفي من البحث منهاجاً في التفكير، ويسلك لنفسه طرقاً صحفية في التعبير، والطابع البحثي للتحقيق الصحفي يعني عمليات مستمرة في التعرف على المشكلات والقضايا المطروحة في المجتمع، وفي تكوين الفروض والحلول المختلفة، وفي الحصول على البيانات وتصنيفها وتبويبها واستخلاص النتائج، وفي النهاية تحرير هذه النتائج تحريراً صحفياً.

مصادر التحقيق الصحفي:

يقوم التحقيق الصحفي على وجود (قضية- أو مشكلة) يتوصل إليها المحرر الصحفي، أو تعترض طريقه بحكم أنه يعيش في مجتمع تختلط فيه الثقافات والاتجاهات والمستويات وتتعدد فيه الطبقات وبالتالي تكثر المشكلات، منها ما يرتبط بالصحة والتعليم والمشكلات الاجتماعية والاقتصادية، والفنية والسياسية، ولذلك فإن أساس التحقيق الصحفي في البداية هو فكرة أو خاطر أو انطباع أو ملاحظة وتتعدد مصادر التحقيق الصحفي من أخبار الصحف ومقالاتها، إلى الملاحظة الشخصية إلى التجربة الإنسانية المباشرة، وكذلك الأحاديث الصحفية والنشرات والوثائق، وبالتالي فإن الصحيفة تمثل سجلاً حافلاً بالموضوعات التي يمكن لكاتب التحقيق الصحفي أن يختار منها العديد من الزوايا، فهناك الأحاديث والإعلانات ورسائل القراء وصفحات الوفيات والمجتمع، والدوريات العلمية والمجلات الفنية والمنتديات والندوات والمؤتمرات وفى جميع الأحوال لا يكتفي الصحفي بمجرد اختيار الموضوع المناسب بالنسبة إليه، بل لابد من مراعاة اهتمام القراء بالموضوع لسياسة الصحيفة أو المجلة، وتوافر مصادر الموضوع من كتب

ومطبوعات وبيانات وشخصيات يرجع إليها المحرر لأخذ آرائهم في الموضوع المطروح، وعلى ذلك يخضع التحقيق الصحفي لأسلوب علمي قائم على جمع المعلومات والتخطيط وتحضير الأسئلة التي توجه للأشخاص غير أن هذا التخطيط في مجموعه لابد وأن يكون مرناً، فالمحرر الصحفي يقوم بدور وكيل النيابة الذي يقوم بالتحقيق في قضية من القضايا والتي تمثل أزمة أو مشكلة يعاني منها جمهور كبير من الناس ويسعى نحو حلها، فهو مطالب عند جمع الحقائق والمعلومات عن موضوع التحقيق بأن يكون ماهراً في إجراء الحديث معهم وأن يتقن فن الاستماع لما تقوله المصادر، فضلاً عن حماسته للموضوع الذي يقوم به، فالتحقيق الصحفي يهدف في مجمله إلى إشاعة الحقائق والمعلومات بين الناس، كما يرمى إلى تفسير هذه المعلومات وتبسيطها.

وأبرز ما في التحقيق الصحفي هو اختيار الموضوع الذي يهم القراء كالاكتشافات العلمية، والأدوية الجديدة، وعلاج الأمراض المزمنة، والخدمات الصحية، والآلات الحديثة، والحاسبات الإلكترونية، والغريب والطريف في الموضوعات المشوقة مثل مقابلة مع ضرير استعاد بصره مرة أخرى، أو استعراض لمجموعة أقزام في السيرك.. وإجمالاً فإن الغرض الأساسي من التحقيق الصحفي أياً كان موضوعه هو التفسير الاجتماعي للأحداث، والتفسير النفسي للأشخاص الذين اشتركوا في الأحداث وهو يستطيع أن يلقى جملة أضواء على المشكلة المعروضة، ويزيد من قدرة القراء على الاستمتاع به وتتبع قراءته.

ويمكن تلخيص أهم مصادر التحقيق الصحفي في ما يلي:

- ما تقدمه وسائل الإعلام العامة كالصحافة أو الراديو أو التلفزيون من مواد، وتدخل فيها الإعلانات التي قد تكون مصدر الفكرة أو التحقيق الصحفي.
- المشاهدات المختلفة للصحفي، وتجاربه أو تجارب غيره، سواء في بيئته المحلية، أو في الرحلات، أو في مختلف قطاعات أو مؤسسات الدولة.
- المناسبات والأعياد والاحتفالات المختلفة.
- القصص الإنسانية والحالات الغربية والشاذة.

- الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة.

وبصفة عامة، فإنك كمحرر تحقيقات صحفية نشيط يمكنك أن تحصل على أفكار موضوعاتك من كل ما تقع عليه عيناك، وأفضل التحقيقات الصحفية هو ما كان متصلاً بهموم وقضايا الناس ومشاكلهم، يمكن لك كمحرر أن تلتقط أفكار تحقيقاتك من خلال هذه المصادر.

وظائف التحقيق الصحفي:

يلبي التحقيق الصحفي وظائف الصحافة الأساسية وهي:

١- وظيفة الإعلام: حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.

٢- تفسير الأنباء: يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالتها السياسية.

٣- التوجيه والإرشاد: وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته والبحث لها عن حلول.

٤- التسلية والإمتاع: يركز التحقيق الصحفي في كثير من الأحيان على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة.

٥- الإعلان: يشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

وليمارس المحقق الصحفي هذه الوظائف بجدارة وتألق عليه أن يتصف بحب الاطلاع والفضول والحس المرهف واحترام أسرار المهنة.

وتلعب قراءة التحقيقات الصحفية دوراً مهماً في عملية الترويح وتمضية الأوقات الحرة تمضية ممتعة يكتسب الفرد من خلالها مهارات وخبرات ومعلومات عديدة، فهي منبر تثقيف وتوجيه وتوعية، وهي تضاعف الاهتمام بالأوقات الحرة وتحولها إلى لحظات أنس ومتعة وفائدة، وقد دفع الحماس أحد المهتمين بالصحافة

إلى القول: (إن الإنسان إذا لم يهلك نفسه بالقنبلة الذرية فإنه سيدمر نفسه بأوقات الفراغ الطويلة إذا لم يحسن استغلالها).

وعليه فإن القراءة عامة وقراءة الصحف خاصة توسع من دائرة معارف الفرد وتزوده بالحقائق التي تتصل بنفسه وبالعالم الذي يعيش فيه، مما لا يستطيع الوصول إليه بتجربته الشخصية، وتنمي فيه روح النقد والتقدير لما يسمع ويقرأ.

أنواع التحقيق الصحفي:

يستوعب التحقيق الصحفي موضوعات حياة المجتمع بمجالاتها المتنوعة فقد يكون موضوعه إحدى المشكلات أو القضايا العامة التي تهم المجتمع كله أو إحدى طبقاته أو فئاته، وقد يكون حول شخصية علمية أو سياسية أو أدبية، أو فنية أو اقتصادية، وقد يكون بحثاً علمياً، أو اكتشافاً أو اختراعاً، أو حفلاً أو مهرجاناً أو غير ذلك من الموضوعات التي تمتلئ بها الحياة الاجتماعية في كل يوم وليلة.

ويوجد نوعان رئيسيان للتحقيق الصحفي وهما:

أ- التحقيق الصحفي المفصل:

أساس هذا النوع من التحقيقات الكلمة المكتوبة، تساعدها المواد المصورة (صور، رسوم، أشكال توضيحية).

وتعتمد كمحرر في تحقيقك هنا على المصادر الحية من خلال لقاءاتك مع الأشخاص المرتبطين مباشرة بالقضية أو الفكرة من مسؤولين وجمهور أو مهتمين وباحثين ودارسين، كذلك يمكنك الاعتماد على المصادر غير الحية، فيمكنك الاعتماد مثلاً على قراءة الوثائق والبيانات والإحصاءات المتعلقة بموضوعك، فأنك تستطلع مختلف وجهات النظر المؤيدة والمعارضة.

وهذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع جوانبه ويغطي كل عناصره، فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، ويحاول الحصول على إجابات عنها، بغية الوصول إلى الموضوع، ويتصف مثل هذا النوع من التحقيقات بالموضوعية.

ب- التحقيق الصحفي المصور:

هذا النوع يعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية) كعنصر أساسي، وتكون الكلمة المكتوبة فيه عاملاً مساعداً، أي عكس النوع الأول، لذلك في هذا النوع من المهم جداً الاعتناء بالصور من حيث الوضوح والشمول.

بالإضافة إلى هذين النوعين الرئيسيين من التحقيق الصحفي توجد أنواع أخرى فرعية وهي:

❖ تحقيق الخلفية:

وهو تحقيق يستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، فهو تحقيق يبحث عما وراء الخبر.

❖ تحقيق البحث أو التحري:

المحرر في هذا النوع أشبه برجل المباحث الذي يتولى مسؤوليته، في فك الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول للحقيقة.

❖ تحقيق الاستعلام:

يلعب هذا النوع من التحقيق دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، حيث يهتم بجمع كل التفاصيل المتعلقة بقضية ما تهم الناس ويلقي الضوء عليها من جميع جوانبها.

❖ تحقيق التوقع:

وهذا النوع لا يكتفي بوصف الوقائع أو الظواهر أو المشاكل، وكيف وقعت، ولكنه يهتم بتطور الأحداث، وما يمكن أن تسفر عنه في المستقبل.

❖ تحقيق الهروب:

وهو من أخطر أنواع التحقيقات إذا ما تم استغلاله لإلهاء الناس وإبعادهم عن التفكير في مشاكلهم أو قضاياهم فهو يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية،

ويهرب به عن اهتماماته السياسية ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والمتعة في الحياة مثل الرحلات والأحداث الغريبة، والموضوعات التي تدور عن نجوم الفن والمجتمع.

ويمكن أن يصنف التحقيق الصحفي إلى الآتي:

١) التحقيق المرتبط بالمناسبات:

وهو من النوع الموسمي، حيث أنه يرتبط في موضوعه أو مضمونه بمناسبات معينة تتكرر سنوياً، أو كل عدة سنوات مثل المناسبات الدينية والوطنية والعلمية والأدبية، والمهرجانات الفنية مثل (أعياد الربيع، نصر أكتوبر، المولد النبوي، عيد الأضحى، دخول المدارس والجامعات، استطلاع شهر رمضان، الاحتفال بعيد الفطر المبارك، يوم العلم ليلة القدر، يوم الشرطة، يوم القوات المسلحة).

٢) تحقيق البحث والتحري:

- وهو يشبه إلى حد كبير بالتحقيقات التي تجريها الشرطة عند الكشف عن ملابسات جريمة، أو حادث غامض، وهو يستهدف الكشف عن الحقائق التي لا يعرفها القراء، مثل الكشف عن انحرافات بعض السياسيين بالحكومة، أو الاستيلاء على أموال البنوك، أو نهب المنح الخارجية التي تدعم البنية الأساسية بالقرى والمدن.

٣) تحقيق الشخصيات:

ويكون الشخص هو محرر هذا التحقيق، حيث يتم تناول جوانب حياة ونشاط شخصية هامة وبارزة، ومشهورة على المستوى القومي أو الدولي وتسليط الضوء على إنجازاته ونشاطاته وعلى هذا يجب أن تكون الشخصية المختارة معروفة للجمهور وتثير اهتمامه فقد تكون هذه الشخصية (سياسية، اجتماعية، اقتصادية، علمية، فنية، أدبية، ثقافية، دينية) مثل فوز محرر البرادعي بجائزة نوبل للسلام لعام ٢٠٠٥، حسن شحاتة وحصول مصر على بطولة الأمم الإفريقية في يناير ٢٠٠٦، أو وفاة الفنان أبو بكر عزت.

٤) تحقيق الخلفية:

وهذه النوعية من التحقيقات تقوم على شرح وتفسير وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها، حيث تقوم بالبحث عما وراء الخبر، والكشف عن ملابسات الأحداث، وهذا النوع من التحقيقات يحتاج إلى معالجة شاملة لمختلف أبعاد المشكلة المطروحة، وقد يحتاج هذا النوع لأكثر من محرر حتى يتم إنجازه في وقت سريع، حيث أن عامل الزمن من أهم العناصر المؤثرة على أهمية مثل هذه النوعية من التحقيقات.

٥) تحقيق التسالي والإمتاع:

وهذا النوع يلبي حاجة القارئ في التسلية والإمتاع، وهو يستهدف البعد بالقراء عن مشاكلهم اليومية لموضوعات من شأنها إضفاء البسمة على الشفاه عن طريق نشر التحقيقات الغريبة والطريفة التي تعتمد على المفارقات الغريبة مثل (زواج شيخ مسجد بأمريكا من راهبة في نيوجرسي، عقد قرآن تحت مياه المحيط الأطلسي، العثور على جثمان آخر لرمسيس الثاني بسوق المطرية، فتاة في العشرين من عمرها تضع (٦) أطفال مكتملي النمو.

٦) تحقيق التوقع:

ويستهدف مساعدة القارئ على فهم تفاصيل الأحداث وماذا جرى فيها، ومساعدة القارئ في معرفة كيف تتطور الأحداث وإلى أي مدى تنتهي، مثل: مماطلة الحكومة في محاسبة ممدوح إسماعيل صاحب عبارة الموت، وهل يتم صرف التعويضات لأهالي الضحايا؟

٧) التحقيقات المتخصصة:

وهي تلك التحقيقات التي ترتبط بالأنشطة المختلفة التي تحدث داخل المؤسسات والهيئات الرسمية وغير الرسمية مثل الأنشطة العلمية بالجامعات ومراكز البحوث، والاكتشافات العلمية والمهرجانات الفنية، والندوات المؤتمرات، ومتابعة البورصات، ارتفاع أسعار العملات مع خفض للذهب والفضة، ورغم تعدد تقسيمات

التحقيقات الصحفية يرى الدكتور إبراهيم إمام أن التحقيقات الصحفية تتداخل تداخلاً يجمع بين أهدافها وفنونها ولذلك فإن الخيط الفاصل بينها خيط وهمي رفيع، فكثيراً ما نجد التحقيق الصحفي إعلامياً، ومشوقاً وإعلانياً وإخبارياً في وقت واحد.

القوالب الفنية للتحقيق الصحفي:

يضم التحقيق الصحفي عدداً من القوالب الفنية عند صياغته وهي إجمالاً:

١) قالب العرض Exposition.

٢) قالب القصة Narration.

٣) قالب الوصف Inscription.

٤) قالب الحديث Inter view.

٥) قالب الاعتراف Confession.

١) قالب العرض:

وفيه يقوم المحرر بعرض القضية أو المشكلة التي يتناولها بشكل موضوعي من خلال مقدمة تثير اهتمام القراء بالموضوع، ثم سرد زوايا الموضوع في جسم التحقيق، وتقوم الخاتمة على تلخيص ما انتهى إليه المحرر من آراء وتصورات حول القضية أو المشكلة المطروحة، وقد تأتي الخاتمة بصورة من صور التأييد أو الرفض لرأي من الآراء التي جاءت ضمن جسم التحقيق، وقد يتبنى اتجاهاً جديداً وإن كان من الضروري على المحرر الصحفي وفق هذا القالب ألا يتعارض مع ما أكدت عليه غالبية الآراء والشواهد التي جاءت في جسم التحقيق.

٢) قالب القصة:

وفيه يقوم المحرر الصحفي بعرض القضية أو المشكلة في شكل قصة يقوم بسرد تفاصيلها بصورة مشوقة، ورغم أن البعض من أساتذة الإعلام اتفاقها مع القصة الأدبية، إلا أن الفارق قائم على أن الأعمال الأدبية كثيراً ما تميل إلى الخيال والبعد عن الحقائق بينما التحقيقات القائمة على هذا القالب وإن كانت تتفق على

ضرورة السرد القصصي للقضية أو المشكلة ولكن بمعلومات حقيقية وسرد واقعي لما حدث بالفعل، مثل التحقيقات المرتبطة بالحوادث والجرائم الغامضة، أو "انهيار عمارة جديدة بها ثماني عرسان" "غرق عبارة"، انهيار مبنى تجاري، غرق باخرة، حيث يبدأ القالب بمقدمة تتناول البداية والنشأة ثم يأتي جسم التحقيق متضمناً الأحداث والصراعات التي تواجه أبطال القصة وهي تمثل العقدة ثم نهاية القصة، والخاتمة التي تأتي بأهم قيمة في الحدث نفسه حيث يبنى التحقيق على الهرم المعتدل.

٣) قالب الوصف:

ويقوم التحقيق هنا على مقدمة تقوم على وصف الحدث أو المشكلة وتأكيد أهميتها وإلى أي مدى تكون الضرورة الملحة لوجود حلول لها، ثم يأتي جسم التحقيق بتفاصيل عن المشكلة وعناصرها ثم خاتمة تبرز أهم النتائج وخلاصة الآراء والاتجاهات التي جاءت في إطار جسم التحقيق، مع إبراز الملامح الرئيسية للشخصية أو المكان موضوع التحقيق الصحفي، ويعد وصف الرحلات والبلاد والأحداث الضخمة أشهر التحقيقات الصحفية التي تدخل في إطار هذا القالب.

٤) قالب الاعتراف:

ويقوم هذا النوع من التحقيقات على اعترافات من المسؤولين أو من العناصر المشاركة في الحدث، بما حدث بالضبط، وتأتي المقدمة بجزء من الاعترافات التي تأتي ضمن الواقعة أو الحادثة، ثم التفاصيل بمزيد من الاعترافات والكشف عن الخلفية والعوامل التي أدت إلى الحدث ثم تأتي خاتمة التحقيق بخلاصة ما تم التوصل إليه من التحقيق الصحفي، مع ضرورة نقل الألفاظ والتعبيرات كما جاءت في الاعتراف كما هي دون تأويل.

٥) قالب الحديث:

وفيه يقوم بعرض وجهات نظر أطراف الحدث، ثم التناول التفصيلي لما حدث مع وجهات النظر المعارضة، وبعد ذلك تأتي التفاصيل داخل جسم التحقيق ثم

خلاصة المشكلة أو القضية محل التحقيق الصحفي، وهو يقوم على نشر الأسئلة والأجوبة دون تحريف، وقد يكون بهدف أخذ رأي، أو تحديد اتجاه شخصية من الشخصيات، أو أحاديث بهدف التسلية والإمتاع.

الأسس التي يقوم عليها التحقيق الصحفي:

يقوم التحقيق الصحفي الجيد على مراعاة الإعداد الجيد لفكرة التحقيق حيث يعد البحث عن فكرة جديدة لتحقيق صحفي مميز أهم ما يصادف المحرر الصحفي في اجتماعه الصباحي مع رئيس التحرير، وبالتالي يكون البحث دائماً عن الإجابة عن التساؤلات الثلاثة:

١) من الذي يهمه موضوع التحقيق؟

٢) لماذا يهمه موضوع التحقيق؟

٣) إلى أي مدى يكون اهتمامه بالموضوع؟

ورغم أن غالبية المحررين الصحفيين يجتهدون في الخروج بأفكار جديدة تصلح للتناول في تحقيق صحفي جيد، إلا أن البعض قد يفضل طرح موضوعات سبق طرحها وتناولها مرات عديدة ولكن من زوايا ومعالجات مختلفة بطبيعة الحال عن التناول السابق، وبالتالي فإن الإعداد والتخطيط للتحقيق الصحفي أحد العناصر الأساسية في نجاحه والذي يتطلب الآتي:

١) تحديد مدى صلاحية الفكرة المختارة للتحقيق الصحفي.

٢) التفكير في الأسلوب الملائم لتحرير التحقيق الصحفي مع الاهتمام بجوانب جذب القراء بما لا يتعارض مع الموضوعية ودقة التناول.

٣) اختيار المحرر أو مجموعة المحررين لتنفيذ وتحرير التحقيق الصحفي.

٤) تحديد الزمن المناسب الذي يستغرقه التحقيق حتى يتم نشره.

٥) الاستفادة من كافة الإمكانات المتاحة بالصحيفة من صور ورسوم وأرشيف ومكتبات حتى يخرج التحقيق الصحفي بشكل متكامل، ورغم أن البعض من أساتذة الإعلام يرون أن التحقيق الصحفي طراز أدبي يستطيع كاتبه أن

يستخدم فيه الأسلوب الإنشائي، والأسلوب الذاتي إلا أن المؤكد أن هذا الفن الصحفي لابد وأن تتوفر فيه سائر الصفات الفنية الصحفية كالحرص على استخدام الألفاظ المألوفة، وتجنب الألفاظ العلمية والاصطلاحات النادرة مع الحذر من الانزلاق في العامية المبتذلة، والبعد عن الحشو والإسهاب، والأمانة في تصوير أبعاد المشكلات، والتحقيق الصحفي يلبي وظائف الصحافة الأساسية، فهو من ناحية يلبي وظيفة الإعلام، حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء، ومن ناحية أخرى يلبي وظيفة الصحافة في تفسير الأنباء حيث يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها وذلك عن طريق الكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالتها السياسية، ويؤكد فاروق أبو زيد أن التحقيق الصحفي يلبي كذلك وظائف عديدة منها التوجيه والإرشاد وذلك من خلال تناوله للعديد من القضايا والموضوعات التي ترتبط بالمجتمع والبحث عن حلول لها، فضلاً عن وظيفة التسلية والترفيه فهو في بعض جوانبه يقوم بدور في التسلية والإمتاع لما يحدث في الحياة اليومية، بجانب الدور الإعلاني والتسويقي للعديد من السلع والمنتجات فيما يعرف بالتحقيق الإعلاني.

ويبين (ميلتون فارتشيلد) ست خطوات للمنهج العلمي الذي يستفيد منه الباحث كما يستفيد منه المحقق الصحفي في كل خطوة من خطوات إجراء التحقيق الصحفي وتنفيذه على الوجه الأكمل وهي:

١- جمع البيانات عن المشكلة أو في مجال ميدان يختاره الباحث أو المحقق الصحفي طبقاً لخطة موضوعة وعن طريق الملاحظة ووسائل أخرى دقيقة، مع تسجيل هذه البيانات والتأكد من صحتها، وملاحظة أن تتم عملية جمع البيانات داخل إطار محدد يخدم هدف البحث المنشود أو التحقيق الصحفي المطلوب.

٢- تصنيف وترتيب البيانات على أساس التشابه أو الاختلافات أو التباين أو الأساس أو الأسباب أو النتائج، ومحاولة التمييز بين الصفات الأساسية

الهامة، والتي لها علاقة مباشرة، وتخدم أهداف البحث أو التحقيق الصحفي، والأخرى السطحية البعيدة عن التأثير على هذه الأهداف.

٣- التعميم لمحاولة استنباط مبادئ أو نظريات في صورة مبدئية، وتعتمد هذه الخطوة على خيال الباحث وقدرته على التصور ومعرفته بالمبادئ والنظريات التي لها علاقة مباشرة بمجال بحثه.

٤- التحقق من صحة النظرية وصلاحيتها عن طريق التجربة.

٥- وضع البيانات والنتائج في صورتها النهائية.

٦- وصياغة نتائج التحقيق الصحفي لابد أن تتم وفق فنيات معينة.

إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي:

إن بداية التحقيق الصحفي تبدأ فكرة في عقل المحرر حين يرى أنها تهم عدداً كبيراً من الجمهور، ويرى أن هذه الفكرة تحتاج إلى إيضاح وشرح وتفسير، أو إلى كشف الغموض الذي يحيط بها، ويزيد من أهمية هذه الفكرة أن تكون مرتبطة بالأحداث الجارية وبالقضايا التي تشغل المجتمع، ولكن لا يعني ذلك أن فكرة مرتبطة بحدث قديم يمكن أن تكشف عن جوانب جديدة فيه لا تصلح لأن تكون موضوع تحقيق صحفي، فمحرر التحقيق الصحفي يمكن أن يتناول واقعة قديمة بشرط تقديم زوايا جديدة.

والحصول على فكرة التحقيق هو أصعب خطوة يمكن أن تواجهك في إعداد وتنفيذ تحقيقك، ويتطلب ذلك منك أن تكون يقظاً متابعاً لكل ما يجري من حولك في المجتمع من أحداث، وأن تكون متخصصاً في فرع بعينه، لأن التخصص يجعلك تعرف كل شيء عن تخصصك، لذا يمكن أن تبدع وتبتكر فيه وتلاحق كل تطور يحدث في مجالك.

ولأهمية هذه الخطوة، نجد أن الصحف اليومية تعقد اجتماعات كل يوم لقسم التحقيقات لعرض الأفكار والاقتراحات التي تحتاج لتحقيق عنها، وهذا

يتطلب قراءة دقيقة ومتأنية لصحف بجميع أبوابها وتخصصاتها فهي المصدر الأول للأفكار.

ومن الطبيعي أن لا تحضر الاجتماع كمحرر دون أن تكون لديك أفكاراً لعرضها للمناقشة، فمن الجميل أن تكون الفكرة نابعة من ذاتك، ولا تعتمد على رئيس قسمك أو زملاءك إعطاءك الفكرة.

وتشمل مرحلة إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي ثلاث خطوات وهي:

١- اختيار فكرة التحقيق:

عليك قبل أن تطرح فكرة التحقيق، أن تدرس هذه الفكرة جيداً وتتأكد من جديتها، وأنها لم تعالج من قبل، لأنه إذا لم تفعل ذلك، وعرضت فكرة سبق معالجتها، دل على أنك غير مطلع وغير متابع لما ينشر في الصحف الأخرى.

٢- جمع المادة الأولية للتحقيق:

المادة الأولية للتحقيق هي التي تعتبر خليفة معلوماتية للتحقيق، وتساعدك كمحرر على بلورة فكرتك، ويمكنك الحصول على هذه المعلومات من جهتين:

أ- أرشيف المعلومات الصحفية.

ب- المكتبة.

٣- تنفيذ التحقيق الصحفي:

هذه الخطوة هي التي تمنح التحقيق حياته، فالخطوة السابقة تقدم معلومات جامدة، أما الخطوات الحقيقية فهي بداية الحصول على المعلومات الحية من المصادر المختلفة والتي تتمثل في الشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد، وللحصول على هذه المعلومات لابد من عمل لقاءات مع الشخصيات المختلفة الذين يمكنهم إعطاء معلومات هامة عن الموضوع، سواء من المسؤولين أو من الجمهور المرتبط بالقضية أو المشكلة.

والمعلومات الحية لا تؤخذ فقط من الشخصيات، ولكن يمكنك الحصول عليها أيضاً من خلال الوثائق والبيانات والأرقام أو التقارير الجديدة حول الموضوع،

والتي لم يسبق نشرها، وهذه الخطوة تتطلب منك كمحرر أن تكون عارفاً لقواعد وخطوات إجراء المقابلة أو الحديث الصحفي.

وبعد أن تحصل على المعلومات التي تمثل إجابة على الأسئلة أو الاستفسارات المتعلقة بالموضوع، تبدأ في ترتيبها وقراءتها جيداً، ثم تشرع في كتابة التحقيق من خلال مقدمة تبين أهمية الموضوع أو تبرز أهم ما فيه أو تلخص وقائعه، ثم جسم التحقيق ويشمل تفاصيله المختلفة، ثم الخاتمة التي تطرح الحل أو تلخص أهم الآراء الواردة في التحقيق.

وفي النهاية تضع العناوين المناسبة، سواء العنوان الرئيسي أو العناوين المساعدة أو العناوين الفرعية.

كتابة التحقيق الصحفي:

بعد أن أكملنا كل المراحل السابقة للكتابة بشكل جيد، تأتي المرحلة الأخيرة وهي مرحلة كتابة التحقيق الصحفي وتوجد ثلاثة قوالب فنية لكتابته تقوم جميعها على أساس البناء الفني للهرم المعتدل، أي أن كل قالب لابد وأن يتكون من ثلاث أجزاء هي المقدمة، الجسم، الخاتمة، وهذه القوالب هي: قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي:

في هذا القالب تعرض كمحرر القضية أو المشكلة التي يتناولها تحقيقك بشكل موضوعي من خلال مقدمة يجب أن تحرص فيها على إثارة اهتمام القراء بالموضوع.

وهذه المقدمة يمكن أن تأخذ عدة أشكال، منها قيامك بالتركيز على الزاوية الأساسية لموضوع التحقيق في حين تعرض كل زاوية من هذه الزوايا بالتفصيل في جسم التحقيق، أما الخاتمة فتضع فيها خلاصة النتائج التي توصلت إليها.

وهناك أيضاً المقدمة القصصية التي تستهدف إثارة عواطف القارئ وتعاطفه مع موضوع التحقيق.

أما خاتمة هذا التحقيق فهي تقدم خلاصة مختصرة للنتيجة أو النتائج التي توصلت إليها، وأبرز الأشكال التي يأخذها هذا القالب في كتابة التحقيق الصحفي يقوم على طرحك لمجموعة من الأسئلة التي تثير اهتمام القارئ بالموضوع، ثم تقوم بعد ذلك بالإجابة عن كل سؤال أو تساؤل منها في جسم التحقيق من خلال عرضك المعلومات والوقائع والبيانات التي حصلت عليها، وكذلك من خلال عرضك للمقابلات الصحفية التي أجريتها مع الشخصيات التي ترتبط بالموضوع، ثم أيضاً من خلال البيانات والمعلومات التي جمعتها عن الموضوع من أرشيف المعلومات في الصحيفة أو من المكتبة.

قواعد وأسس تحرير التحقيق الصحفي:

١) العناية بالعناوين المصاحبة للتحقيق:

لعنوان التحقيق الصحفي أهمية كبيرة في جذب وشد انتباه القارئ، وتختلف طرائق الصحفيين في نسج عنوان التحقيق، فمنهم من يضعه أولاً قبل صياغة التحقيق في صورته النهائية، ومنهم من يرجئ صياغة العنوان إلى حين الانتهاء من تحرير التحقيق كتابياً وهذه الطريقة هي نفس طريقة المؤلفين والباحثين في نسج عناوين مؤلفاتهم، وعنوان التحقيق يحتاج إلى مهارة وذوق وفن.

لذلك فإن من الضروري العناية بالعناوين ومراجعتها من قبل المحرر أكثر من مرة للتأكد من أنها جاءت متضمنة لكل جوانب أو بعض جوانب المشكلة من عدمه، بما في ذلك العناوين الفرعية التي تشير إلى تسلسل أفكار وتتابعها، ومن أبرز العناوين المستخدمة في التحقيقات الصحفية (العنوان الوصفي، العنوان الخطابي، العنوان الاستفهامي، العنوان المقارنة، العنوان الاقتباسي، العنوان الدلالة....)، ومهما كان نوع العنوان فإنه يجب أن يتصف بالإيجاز والوضوح والسهولة، بجانب التعبير بصدق عن مضمون التحقيق، مع اختيار الجوانب الطريفة والجذابة دون مبالغة، وتجدر الإشارة كذلك عند صياغة عنوان التحقيق عدم

تكراره لفظاً أو معنىً، حيث أن ذلك يوحي بإفلاس الكاتب في استخراج عناوين جديدة من الموضوع الذي كتبه.

ويلعب العنوان دوراً هاماً وبارزاً في نجاح وزيادة فعالية التحقيق، وله شروط أساسية حتى يتم التمكن من صياغته وحبكه ومنها:

- وضع العنوان الملائم لطبيعة الموضوع والذي يعطي فكرة عن الموضوع.
- وضع العنوان الملائم لنوعية وشخصية ومستوى الصحيفة.
- وضع العنوان المرتبط بالهدف من التحقيق.
- صياغة العنوان بشكل واضح ومختصر وجذاب.

وعلى ما سبق يمكن الإشارة وتحديد أهم أنواع العناوين المستخدمة في التحقيقات الصحفية وهي:

❖ العنوان الدال:

وهو عنوان ذو طابع إخباري، ويدل على مضمون التحقيق.

ومثاله: (الجفاف يؤدي إلى انخفاض إنتاج الحبوب).

❖ العنوان الانتقائي:

وهو يقوم على أساس اختيار وانتقاء جانب معين يتميز بالجاذبية والأهمية ومثاله: (القرار الذي أنقذ المؤسسة من الانهيار).

❖ العنوان الإيضاحي:

وهو عنوان صريح، يغطي معظم جوانب التحقيق بشكل عام ومختصر وواضح ومثاله: (الافتقار إلى السائق الجيد).

❖ العنوان الوصفي:

وهو العنوان الذي يحاول إعطاء صورة لتجسيد الفكرة والحدث ومثاله: (مصنع يسبح في بحر من الفوضى الإدارية).

❖ العنوان الاقتباسي:

وهو العنوان الذي يكون عبارة عن اقتباس جملة أو عبارة هامة ومعبرة، جاءت في تصريح أو مقابلة مع أحد المشتركين في التحقيق ومثاله: (الأزمة الاقتصادية العالمية هي السبب الرئيسي لزيادة الأسعار).

❖ العنوان الاستفهامي:

وهو الذي يصاغ على شكل سؤال يجذب القارئ ويثير اهتمامه، وفي الوقت ذاته يطرح المشكلة ويشرك القارئ في حلها ومثاله: (لماذا تستهلك أكثر مما تنتج؟)، (كيف نحول شعار (المجتمع الأفضل) إلى واقع؟)

❖ العنوان المباشر:

العنوان الذي يتوجه إلى القارئ، ويخاطبه بشكل مباشر:
ومثاله: (أنت مطالب بزيادة إنتاجك).

خصائص عناوين التحقيقات:

من المهم أن تتصف العناوين بالإيجاز والوضوح والسلاسة، كما يجب أن تدل في صدق وأمانة عن مضمون التحقيق، مع اختيار الجوانب الطريفة والجذابة دون مبالغة، ويستحسن عند كتابة الأعداد بالأرقام لا بالألفاظ فيما عدا الأعداد الصغيرة المفردة، كما أن كتابة العنوان في الغالب يكون بعد الانتهاء من كتابة التحقيق بأكمله، حتى يأتي معبراً تعبيراً صادقاً وسليماً عن مضمون التحقيق.

٢) الالتزام بالمقدمات المناسبة:

فبعد العنوان الرئيسي والعناوين الفرعية تأتي المقدمة، وهي المدخل الطبيعي للموضوع، بجانب أنها تستحوذ على اهتمام القارئ وتقوده إلى صلب التحقيق، وعلى هذا كانت الضرورة ملحة على صياغة المقدمة بصورة جيدة يتم خلالها تسليط الضوء على جوهر القضية أو المشكلة التي يتم تناولها في التحقيق وتعمل المقدمة على

الربط بين العنوان وصلب التحقيق، كما أنها تثير الانتباه وتغري بالقراءة، ولذلك فإنه يراعى فيها الوضوح والجاذبية وتجنب التفاصيل التي لا داعي لها في المقدمة.

وتكون المقدمات على أنواع كثيرة، وفنون متعددة، ومن أشهرها:

❖ المقدمة المختصرة:

وتقوم بإيجاز التحقيق الصحفي كله، وتفيد القارئ المتعجل، الذي يريد معرفة خلاصة التحقيق منذ البداية.

❖ المقدمة المتفجرة المثيرة:

وتميل إلى إثارة انتباه القارئ بعرض فكرة غير عادية، أو غير متوقعة (مثيرة) لتهيئ ذهن القارئ منذ البداية للولوج في تفاصيل الموضوع.

❖ المقدمة القصصية:

وهي تبدأ بقصة لجذب انتباه القارئ، وهذه القصة لها علاقة كبيرة ووثيقة بموضوع التحقيق.

❖ المقدمة التساؤلية:

وتحاول هذه المقدمة إثارة العديد من الأسئلة، ليتم تناول حلولها في صلب التحقيق وهذا النوع شائع الاستخدام.

❖ المقدمة الوصفية:

وتعتمد على الوصف، وتستخدم فيها ألفاظ موحية بصور معينة لدى القارئ، مثل وصف الطائرة والإنسان والمكان.

❖ المقدمة الساخرة:

ولا تعني هذه المقدمة الاستهزاء أو التشمت، بل تعني النقد اللاذع البناء، ويناسب هذا النوع من المقدمات بعض الظواهر الاجتماعية السيئة المتفشية في مجتمع معين.

❖ المقدمة المقارنة:

تستعمل لجذب انتباه القارئ، ويعقد فيها مقارنة أو مفارقة سريعة بين الشيء وضده، أو بين فكرة وأخرى.

❖ مقدمة الحوار:

ويعرض فيها حوار بين شيئين لهما علاقة بموضوع التحقيق المطروح، وهذا النوع ليس شائعاً، لكنه جيد ومؤثر.

❖ مقدمة الاقتباس:

حيث يتم فيها اقتباس قول أو رأي أو حكمة أو غيرها، تكون ذات علاقة بموضوع التحقيق، ونقطة انطلاقة جيدة للبدء فيه.

وهنا أمر مهم لابد من التنبيه إليه وهو وجود أنواع أخرى من المقدمات غير السابقة الذكر، والآنفة الطرح، والصحفي الموهوب المبدع هو الذي يستفيد من تلك المقدمات في تحريره لتحقيقه، وإخضاعها لخدمته، كما يتاح له فرصة أخرى في استخدامه أكثر من نوع كمقدمة لتحقيقه ضمن أنواع المقدمات الفنية الآنفة الذكر، وبعد أن يضع الصحفي مقدمة تحقيقه يشرع في تشكيل التحقيق وإعداده.

٣) تفاصيل التحقيق:

وهي تتضمن صلب التحقيق وعرض جوانب القضية أو المشكلة التي يقوم عليها التحقيق، وذلك في فقرات مترابطة دون تهويل حيث يأتي ذلك وفق براعة المحرر الصحفي ومقدرته على البحث والتعمق في فهم أبعاد القضية التي يدور حولها التحقيق، ويرتبط ذلك كله بما يتوافر لدى المحرر الصحفي من حس صحفي وخبرة مهنية تختلف وتتباين من محرر صحفي إلى آخر.

ويمكن لكل صحفي أن يحرر موضوع تحقيقه بثلاثة أساليب عامة وهي التالية:

❖ تحقيق العرض:

وفيه يعرض المحرر بموضوعية موضوع التحقيق من خلال مقدمة تثير اهتمامات القارئ كالتركيز على أحد جوانب الموضوع، أو كمجموعة من الأسئلة، أو كملخص للموضوع، ثم يأتي جسم التحقيق ليتناسب مع المقدمة، مثل: تناول

الجوانب الأخرى في الموضوع، أو الإجابة عن الأسئلة المثارة أولاً بعرض الحقائق والمعلومات التي تجيب عن التساؤلات، أو تفصيل للملخص الذي بدأ به المحرر، وأخيراً تأتي الخاتمة لتلخص النتائج والآراء.

❖ تحقيق الوصف:

وفي تحقيق الوصف يتم تناول وصف سريع للحدث أو الموضوع في مقدمة التحقيق، أما التفصيل فيوجد في جسم التحقيق، والخاتمة تكون للربط بين أجزاء الموضوع، وهي تمثل أخيراً انطباعات المحرر، ويصلح هذا النوع للتحقيقات التي تدور موضوعاتها حول: الرحلات أو الزيارات أو المنافسات كالمسابقات، أو الندوات والحفلات أو المهرجانات.

❖ تحقيق القصة:

وهنا يقوم محرر التحقيق بكتابة تحقيقه على شكل قصة حقيقية، وليست خيالية أو أدبية، إلا أن هذا النوع يتماثل مع القصص الأدبية في بنائها الفني، أي وجود بداية وعقدة ونهاية ويصلح هذا النوع للموضوعات الإنسانية العاطفية كمأساة الشعب الفلسطيني الجريح، أو حرب شعب البوسنة والهرسك، أو الصومال وغيرها، وعلى العموم يتناول هذا النوع من التحقيقات الصحفية في الحوادث والجرائم والكوارث، حيث تصاغ وتنسج على شكل قصة مثيرة ومشوقة وهادفة تحقق الهدف الذي رمى إليه الصحفي من جراء القيام بهذا التحقيق القصصي.

وعلى الصحفي أن ينتبه إلى نقطة هامة وهي أنه يخاطب شرائح وطبقات من المجتمع متباينة الغايات، ومتعددة الاتجاهات، ومتفاوتة في ثقافتها وعلمها ووعيها، ويتوجب عليه أن يستخدم لغة راقية سامية تناسب عقول القراء على تفاوت مستوى فهمها وإدراكها، وتكون لغة غير مبتذلة وركيكة ومتهافتة، وتكون أيضاً بعيدة عن الألفاظ الصعبة والثقيلة وكل ما يضفي عليها الطابع العلمي البحت، بل عليه أن يحصر فنه الصحفي في الواقعية والحيوية ومحاكاة ذوات الناس وعقلياتهم، وهذا لا يمكن أن يتوفر إلا جزئياً، ولكن على المحقق الصحفي الموهوب أن يسعى إلى تحقيق هذه النواحي الإيجابية.

٤) خاتمة التحقيق:

ويشترط في الخاتمة أن تكون قوية وواضحة، وهي تعد النتائج والخلاصة التي توصل إليها المحرر الصحفي من تحقيقه، ولذلك فهي كثيراً ما ترتبط بالمقدمة وتكون صدى لها، وعلى المحرر الصحفي في خاتمة مطافه وترحاله أن يتوصل من مجمل عناصر ومعلومات وحقائق تحقيقه الصحفي إلى خلاصة ونتيجة تثري الفكر، وتخدم المجتمع، وتدعم الثقافة، ويقول الأستاذ (جويار) (ليس لدى المندوب الكبير الذي يعالج موضوعاً أوسع مما يعالج المحققون، أحياناً كوضع دراسة عن بلد من مختلف جوانبه، الوقت الكافي ليهتم بالجزئيات، إذ إنه يتحتم عليه أن ينقل في تحقيق واحد أو سلسلة (تحقيقات) أهم الخصائص التي يجدها، بحيث يتمكن من تزويد قرائه بفكرة واضحة عنه).

٥) المواد المصورة:

ويلزم عند تناول التحقيق الصحفي أن تكون هناك الصور والرسوم حيث تعطي هذه المواد الجاذبية للتحقيق بشرط أن تكون الصور مناسبة ومعبرة عن المضمون الذي يتم تناوله في التحقيق.

أساليب التحقيق الصحفي:

١- عرض الآراء المختلفة للمعنيين بالظاهرة، والأفضل هنا استقصاء الآراء وعرضها.

٢- السرد والقص أكثر الأساليب مناسبة.

٣- الوصف والاستقراء للواقعة.

٤- الاعتراف: ويتم من خلال استدراج المسؤول للحصول منه على اعترافات كاملة (داخل السجون، مع المسؤولين في الدولة ليكشف عن تورطهم في أخطاء، مع الفنانين).

٥- المقابلة أو الحوار الصحفي، وعلى الصحفي أن يعد نفسه وأسئلته بدقة تلّم بمعلومات عن الشخص الذي سيحاوره ما له وما عليه.

٦- اختيار عنوان لافت للتحقيق.

أساسيات فن التحقيق الصحفي:

بمجرد أن تضيء فكرة التحقيق فجأةً أمامك، حضور بلا مقدمات.. عليك باستقبالها وتحديدها في عبارة موجزة، احذر الإهمال أو تأجيل الالتفات إليها أياً كان مستوى (الفكرة) إلى أن تتأكد من تثبيتها في عبارة محددة، ومن هنا تبدأ الحكاية.. حيث تنطلق لتنفيذ (تحقيقك الخاص) عبر الكثير من الطرق والوسائل.. ومن أهمها هذه الأساسيات الثلاث التي جُمعت عن طريق التجربة الميدانية، وأثبتت بالدليل العملي نجاحها وفعاليتها..

أولاً- التفرغ التام لتحليل الفكرة وجدولتها حسب الأولوية:

- لماذا حددت طرح هذا الموضوع.. ولمن سيوجه تحديداً.. وما الهدف الصحفي ثم الشخصي والاجتماعي من طرحه؟
- بمن تبدأ ميدانياً أشخاص لهم ارتباط مباشر، أشخاص محايدين، شخص معين (حدد الاسم) ؟
- ما هي أفضل الأساليب (القوالب) لمعالجة هذا الموضوع.. الأسلوب الساخر الفكاهي، الأسلوب الجاد والمحايد الأسلوب العلمي والإحصائي.. أسلوب الإثارة والرفض (والحذر كل الحذر من أساليب سرد الآراء والأقوال كما تأتي من المتحدثين دون إعطائها شكلاً ولوناً (وقالباً) ملائماً لموضوع الحديث وللنهج الصحفي المتبع).
- تخيل الصور.. وكيفية صياغتها.. صورة البداية المسماة بـ(صورة الفتح).. صور الأشخاص المشاركين- فردية وجماعية- .. صور الأماكن والمناظر المصاحبة للتحقيق.. مدى إمكانية الاستعانة بالرسومات والكاريكاتير والصور التعبيرية..

- تجهيز مجموعة من النقاط والأسئلة المهمة لضرورة اللجوء إليها: في افتتاح النقاش.. أو نقله حسب الطرف المقابل من حالة إلى حالة.. أو تغيير مسار المناقشة إلى أكثر من جهة.. أو إنهاء الحوار إذا لزم.
- بعد التأكد من جاهزية ما يلزم لبداية متقنة حدد المكان والزمان، والأولوية هنا للأماكن العامة حسب نوعية التحقيق: أسواق، متنزهات، شوارع، مقاهي، مؤسسات حكومية غير ذلك.

ثانياً- في الموعد المحدد.. وبعد التأكد من آلة التسجيل والكاميرا والأوراق المساعدة.. وبعد الثقة بكل شيء: بإمكانياتك الصحفية.. وبجدوى الموضوع وحداثته.. وباختيار الموعد المناسب والمكان الأنسب.. وبالنفسية الهادئة والمزاج الحيوي النشط، تحرك إلى ميدان العمل بكل طمأنينة وثبات.

- اختيار الضيوف بطريقة "التحديد العشوائي" بمعنى.. أن تختار ضيوفك عشوائياً بلا سابق معرفة أو موعد مسبق مع الضيف.. وبلا رغبات أو ميول خارجية، شرط أن تكون شخصية الضيف متلائمة تماماً مع الموضوع المحدد للتحقيق.
- بداية الحديث دائماً بالتعارف السريع بينك وبين الضيف، هنا يجب عليك الالتزام بالبساطة والجدّية ومحاولة كسب ثقة الضيف مع أول كلمة..
- طرح فكرة التحقيق بإيجاز وشمول.. مع توضيح الهدف من تناول القضية ليطمئن الضيف إلى ما تنوي الوصول إليه تجاه القضية ومدى أهميتها.. واللجوء لتعداد بعض الآراء المتناقضة حول القضية- حتى وإن كانت مفبركة- وذلك لجذب الضيف نحو الدخول والتداخل بحماس وتحفيزه على إضافة رأيه الخاص.

- أثناء الحديث تلتزم التوازن بين الإنصات باهتمام.. وبين المقاطعة المنظمة.. هنا تبرز الفوارق الفردية لكل صحفي حسب موهبته وإمكاناته الخاصة.
- مع كل ضيف يلي الأول تسهل مهمة التعارف السريع.. والإغراء بالتفاعل أو التحفيز للمشاركة.. ولا مانع من إيراد مقاطع لحديث الضيف السابق.. علك تتمكن من الخروج برأي مناقض يؤدي إلى إشعال التحقيق.
- في كل قضية تناقشها يجب أن تتنوع طريقة النقاش بين الحوارات الفردية والجماعية وكل له إيجابياته الخاصة.
- في النقاشات الجماعية لابد من التعامل مع الجميع على درجة متقاربة من الاهتمام.. إلا في حالات استثنائية مع الشخص الاستثنائي فقط.
- أخيراً تذكر أن الكاميرا هي أقوى وسيلة لإغراء وجذب المشاركين فلا تستغن عنها في أي مكان ومع أي شخص.

ثالثا- تفريغ الشريط كما هو بالترتيب المناسب لك.. بكل ما فيه من أحاديث وأحداث تفريغاً كاملاً بلا نقص.

- إعداد نموذج سيناريو مناسب لدمج الآراء والأحاديث المهمة والفاعلة.. في مساحة واحدة.. وعلى مائدة نقاش واحدة.. مثل: سيناريو العناوين الفرعية.. (لكل فقرة عنوان فرعي مناسب) وذلك لتشكيل مشهد متكامل من الكلمات والصور، وللبعد عن الإطالة التي تصيب القارئ بالملل.
- الاهتمام البالغ بالمونتاج (إعادة الصياغة).. حذف ما لا يجب.. وإبقاء ما يلزم.. للخروج بنتيجة عالية القيمة والتركيز.
- اختيار العناوين والمانشيتات بكل دقة.. على اعتبار التوافق والتكامل

بين الإثارة والمصداقية، وبين الغموض البسيط والدلالة الواضحة.. لضمان جذب القارئ من المنطقة السليمة (الشك والفضول).

- وضع الرؤية الإخراجية المتناسقة مع التحقيق وأجواء الموضوع، بهذه الأساسيات الموجزة يمكنك أن تنجز تحقيقك الخاص بعيداً عن الأساليب المدرسية الثابتة، وثق تماماً أنك ستنجح وتتميز.

الفصل الثامن

الحديث أو الحوار الصحفي

الحديث أو المقابلة أو الاستجواب هو إجراء حوار مع شخص في موضوع له علاقة به ويهم القراء.

الحديث الصحفي أو الحوار الصحفي "inter view" يقوم على الحوار بين المحرر الصحفي وشخصية من الشخصيات وهو يستهدف الحصول على أخبار أو معلومات أو بيانات، أو شرح وجهة نظر معينة، أو إبراز جوانب طريفة في حياة بعض الشخصيات المشهورة من نجوم المجتمع، والحديث الصحفي قد يتم إجراؤه مع شخص واحد فقط، وقد يجرى مع عدة أشخاص كما هو الحال في الاستفتاءات الصحفية، وقد عرفت الصحافة الحديث الصحفي مع مطلع القرن التاسع عشر بيد أنه لم يستخدم بشكل عام كفن من الفنون الصحفية إلا مع بداية القرن العشرين، ثم أخذت مكانته في تزايد حتى أصبح واحداً من فنون العمل الصحفي التي لا تستطيع الصحافة أن تقوم بدونه.

ويرى عبد العزيز الغنام أن الحديث الصحفي هو (موعد يطلبه المحرر الصحفي للحصول من شخصية مهمة على بعض التصريحات أو المعلومات التي تهم الرأي العام) أما أسماء حافظ فترى أنه "نمط أو شكل للتغطية التحريرية تتوسل به الصحافة بناء على المقابلة أو الحوار بين المحرر- أو أكثر- وإحدى الشخصيات للحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو استعراض وجهة نظر أو رأي ما في قضية أو موضوع يهم القراء.

فالحديث الصحفي:

- ليس تصريحاً صحفياً.
- ليس مناسبة لإعطاء الدروس.
- ليس مناسبة لإلقاء خطاب سياسي.
- ليس مناسبة لتبييض صفحة المستجوب (بفتح الواو).
- ليس مناسبة لاستعراض العضلات بين الصحفي والمستجوب (بفتح الواو).

أنواع الحديث:

هناك عدة أنواع من الحديث، نذكر منها:

- حديث لرسم صورة المستجوب (بفتح الواو) وتقديمها إلى القراء.
- حديث إخباري لتوضيح جوانب معينة في قضية ما باستجواب شخصية لها موقع وظيفي أو اجتماعي أو لتخصصها التقني.
- حديث سريع الغرض منه جس نبض الرأي العام.

الغايات المعرفية من الحديث الصحفي:

١- الحصول من المستجوَب (بفتح الواو) على أكثر مما يعرفه القارئ.

٢- الحصول من المستجوب (بفتح الواو) على أكثر مما ينتظره القارئ.

٣- الحصول من المستجوب (بفتح الواو) على أكثر مما يريد قوله.

٤- الحصول من المستجوب (بفتح الواو) على أكثر مما يستطيع قوله.

مراحل إجراء الحديث:

١) تحديد موضوع الحديث.

٢) تحديد الشخصية المناسبة لإجراء الحديث معها.

٣) جمع الوثائق والمعلومات الضرورية لامتلاك معرفة عميقة حول الموضوع.

٤) جمع الوثائق والمعلومات الضرورية لامتلاك معرفة عميقة حول الشخص الذي سيجرى معه الحديث.

٥) صياغة الأسئلة المناسبة ويجب أن تغطي الجوانب الأساسية في الموضوع وأن تكون سهلة الفهم وعميقة المحتوى.

٦) إدارة الحديث: ويتطلب:

أ) كثيراً من اللباقة لجعل الشخص المستجوب في وضعية مريحة.

ب) كثيراً من المعرفة لتفادي الوقوع في فخ المستجوب (بفتح الواو) بتقبل كل ما يقوله.

ج) كثيراً من اليقظة لاصطياد أسئلة لم تكن مبرمجة.

د) الاستماع والانتباه الكلي للشخص المستجوب تعبيراً عن الاهتمام بما يقوله.

هـ) تفادي إصدار الأحكام لأن الصحفي ليس شرطياً ولا قاضياً، ولأنه بقدر ما نتسرع في إصدار حكم على الآخر كلما تسرع الآخرون في إصدار الحكم على الصحفي.

٧) كتابة الحديث الصحفي:

❖ اختيار عنوان واضح.

❖ كتابة مقدمة تتضمن جوهر الحديث وأسبابه وتقديم الشخصية وجو إجراء المقابلة (أسطر قليلة).

❖ صياغة نص الحديث:

- قد تعتمد الصياغة على اقتباس أقوال المستوجب بنصها.
- قد تعتمد الصياغة على أسلوب الصحفي مع الاستناد بين الحين والآخر إلى اقتباس فقرات من كلام المستجوب.
- قد تعتمد على أسلوب المحرر وحده فيعرض بأسلوبه آراء وأفكار المستجوب، ويجب، في كل الحالات، اعتماد الدقة والأمانة لنقل أقوال ومضمون المستجوب إلى القارئ.

الخبر الصحفي والحديث الصحفي:

يرى البعض أن هناك تشابهاً بين هذين النوعين من فنون العمل الصحفي في أن كلٍ منهما يحمل طابعاً خبرياً، وأن الاختلاف بين النمطين يأتي من خلال الخبر الصحفي يقدم ماذا حدث؟ أو القصة الخبرية، أما الحديث الصحفي فمع أنه يحمل المعنى الخبري، إلا أنه يمتاز في أنه يبحث فيما وراء الحدث أو فيما وراء الخبر، (لماذا حدث؟).

أنواع الأحاديث الصحفية:

تتعدد وتتباين الأحاديث الصحفية فهناك ما يرتبط بالمعلومات والأخبار والرأي وأنواع أخرى عديدة أهمها:

١) حديث الخبر.

٢) حديث المعلومات.

٣) حديث المؤتمرات والمنتديات.

٤) حديث الجماعات.

٥) الحديث الرسمي.

٦) الحديث غير الرسمي.

ويتم ذلك من خلال قوالب عديدة منها:

١) حديث مباشر (المقابلة).

٢) حديث التليفون.

٣) حديث الانترنت.

٤) المؤتمر الصحفي.

ويشتمل الإعداد للحديث الجوانب التالية:

١) اختيار شخصية المتحدث وموضوع الحديث.

٢) جمع المعلومات والبيانات عن موضوع الحديث.

٣) إعداد الأسئلة التي تتفق والموضوع والشخصية التي يجرى معها الحديث.

١) الحديث الإخباري:

وهو يقوم على طابع خبري والحصول على المعلومات المتعلقة بالخبر ذاته، وليست الآراء والاتجاهات والتصريحات على مختلف أنواعها، ويلزم عند قيام المحرر الصحفي بإجراء هذه النوعية من الأحاديث تحري الدقة والموضوعية في النقل من ناحية، واختيار الشخصية المناسبة التي يتم إجراء الحوار معها، فالخبر الذي يؤكد ضرورة عدم الاقتراب من لحوم الدجاج وأنواع الطيور المختلفة يستلزم إجراء حديث صحفي مع متخصص في أمراض الدواجن حتى يتم الحصول على المعلومات الصحيحة من مصادرها وخاصة إذا كان الموضوع محل اهتمام الجمهور.

٢) حديث الرأي:

وهذا النوع من الأحاديث يكاد يختلف بعض الشيء عن الحديث الإخباري حيث يقوم هذا النوع باستعراض وجهات نظر لشخصيات ما في قضايا أو قضية تهم القراء، مثال ذلك: إجراء حديث مع رئيس جامعة المنصورة حول الهدف من إقامة أسبوع شباب الجامعات العربية الأول بالمنصورة في فبراير ٢٠٠٦ أو حديث مع أستاذ بكلية صيدلة المنصورة حول اكتشاف عقار جديد لعلاج الكبد الوبائي، وسرطان الثدي مستخلص من مجموعة من الأعشاب الطبية، أو حوار مع مفكر أو سياسي أو أديب أو مخترع، أو فيلسوف، أو شاعر أو شخصية صحفية وإعلامية مرموقة، أو فنان أو لاعب كرة قدم مشهور حيث يقوم هذا النوع من الأحاديث على الاهتمام بآراء الشخص الذي يجرى معه الحديث الصحفي أكثر من الاهتمام بشخصه، وبالتالي فقد يتضمن الحديث آراء بعضها قد يتفق مع البعض الآخر، والبعض قد يأتي مختلفاً، بما يعني أن هناك الرأي، والرأي الآخر.

٣) حديث التسلية والترفيه:

وهو يقوم على إمتاع وترفيه القراء، حيث يبحث المحرر الصحفي عند إجراء هذه النوعية من الأحاديث عن الجوانب الطريفة في حياة الشخصية محل الحوار، فقد تأتي نشأة المطرب أو الفنان، أو اللاعب، أو النجم هو محل اهتمام المحرر الصحفي ثم حياته اليومية، وأعماله، ماذا يحب، وكيف كان في شبابه وطفولته، وصداقاته وعلاقاته ورحلاته، وأيام سعادته وآلامه، وعلى هذا فقد تأتي الأهمية هنا من خلال شخصية الذي يجرى معه الحوار وليس مضمون ما يقوله في حواره، وإنما المواقف والأحداث التي تضفى على القراء نوعاً من البهجة والسعادة والسرور والفرح، بما يعنى تحقيق التسلية والإمتاع.

٤) حديث الإرشاد والتوجيه:

ولا يهدف هذا النوع من الأحاديث الصحفية التسلية أو الترفيه عن القراء، وإنما تحقيق مبدأ الوعي الاجتماعي بالعديد من السلوكيات التي تضر بالفرد

والمجتمع والتحذير من التمادي فيها، مثل تعاطي الخمور، وأضرار التدخين، والعلاقات غير الشرعية، أو الحث على الإدلاء بالصوت الانتخابي ومشاركة المرآة في العملية الانتخابية، حيث يهدف هذا النوع من الأحاديث اتخاذ موقف إيجابي تجاه القضايا المهمة التي يمر بها المجتمع.

أشكال الأحاديث الصحفية:

تتعدد الأشكال التي تأتي الأحاديث الصحفية عليها، حيث قد يأتي الحوار المباشر بين المحرر الصحفي والمسؤول، وقد يأتي عبر الهاتف أو شبكة الإنترنت، أو من خلال ندوة أو مؤتمر صحفي، إلى غير ذلك.

١) الحديث المباشر:

وفيه يقوم المحرر الصحفي بالاتصال أو المقابلة المباشرة مع الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، ويتم إزاء ذلك تحديد المكان والزمان الذي يتم إجراء الحوار فيه والمدة الزمنية التي يستغرقها، وبعد ذلك يقوم المحرر الصحفي بإعداد الأسئلة التي تتفق مع علم وفكر واتجاهات الشخصية محل الحوار ويتم ترتيبها بشكل منطقي، ويعد هذا النوع هو الأصل السائد عند إجراء الأحاديث الصحفية المباشرة، وعلى هذا يجب أن يلتزم المحرر الصحفي بالوقت المحدد له في البداية، وعدم إعطاء الفرصة للشخصية في الإسهاب المفرط في الحديث، فضلاً عن ضرورة أن يكون المحرر على علم تام بالشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، وطبيعة الموضوع الذي يناقشه معه في الحوار.

٢) الحديث بالبريد:

وهذا النوع من الأحاديث الصحفية أصبح نادر الوجود في العمل الصحفي وخاصة بعد ظهور شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، أما في السابق ونظراً لبعد المسافة بين المحرر والشخصية التي يجرى معها الحوار كان يتم إرسال الأسئلة (موضوع الحوار) بالبريد ثم الإجابة عنها وإرسالها بالبريد على مقر الصحيفة، وبعد ذلك يتم وضع العناوين وتوفير الصور المناسبة ليتم نشر الحوار الصحفي، إلا أن هذا

النوع من الأحاديث كان من عيوبه التأخر في الإجابة عن أسئلة المحرر الصحفي، وأن العمل الصحفي يحتاج إلى عامل السرعة بما يحقق الانفراد والتميز بين صحيفة وأخرى.

٣) أحاديث التليفون:

ويأتي هذا النوع من الأحاديث الصحفية عبر الهاتف (التليفون) حيث يقتضى العمل الصحفي سرعة إجراء الحوار من ناحية، وعدم إمكانية تحديد ميعاد سابق لإجراء الحديث مع الشخصية محل الحوار، حيث يتبادل المحرر الصحفي والشخصية الأسئلة والأجوبة عبر الهاتف، ثم يقوم المحرر في النهاية باختيار العناوين المناسبة لأهم القيم الخبرية التي جاءت بالحوار ثم صورة شخصية أرشيفية للشخصية التي تم إجراء الحوار معها.

٤) حديث المؤتمرات:

وحديث المؤتمرات والندوات نوع أو شكل من أشكال الحديث الصحفي المهمة حيث تتبلور أهم مقوماته في أن مادته نتاج حوار يجرى بين مجموعة من الصحفيين والشخصية التي دعت لعقد المؤتمر، وبالتالي فحديث المؤتمرات ليس قاصراً على صحفي بذاته، بل الحديث يكون متاحاً لكل الصحفيين، الكل يختار ما يتماشى مع سياسة صحيفته التي تحكم عملية النشر، أما الندوات فهي تأتي تلخيصاً لمجموعة من الآراء والبحوث يتم مناقشتها داخل الندوة، ويحضرها عدد كبير من الصحفيين وبالتالي تتعدد آراء واتجاهات المشاركين في الندوة.

٥) حديث الجماعة:

ويضم أكثر من شخصية لهم اهتمامات مشتركة، أو اهتمامات متعددة وقد يمثلون فئة معينة من الناس، وقد تتعدد الفئات المشاركة في الحوار مثال ذلك حديث مع مجموعة من الخبراء والمتخصصين ورجال الدين في قضية مثل تأجير الرحم، أو الاستنساخ البشري، ويلزم المحرر الصحفي إزاء ذلك أن يقوم بتعريف الشخصية صاحبة الرأي بالصورة الأمثل، والعمل الذي يقوم به داخل المجتمع ثم

عرض رأيه بجانب الآراء الأخرى التي تناولت القضية محل الحوار، بحيث تعطى الفرصة الكاملة للقراء للحكم على آراء المتحدثين.

٦) حوار الإنترنت:

نظراً للتقنية الحديثة في مجال الاتصالات والمعلومات أصبح من السهل على المحرر الصحفي أن يقوم بإجراء حوار كامل لساعات ممتدة مع شخصية داخل أو خارج البلاد بالصوت والصورة عبر المحادثة من خلال شبكة الإنترنت، وقد يحصل عليه مكتوباً أو مسجلاً، أو مصوراً، وبالتالي تتنافس وسائل الإعلام عموماً نحو الاستفادة من هذه التقنية الحديثة في تحقيق الانفرادات الصحفية التي قد تغيب عن الوسائل الأخرى، وإجمالاً ليس هناك من أفضلية بين هذه الأنواع المختلفة من أشكال الحوارات الصحفية، فالبعض يفضل الحوارات المباشرة، والبعض الآخر يفضل الحوارات المكتوبة والواردة عبر البريد، أو يفضل عنصر السرعة في الحصول على المعلومات عبر الهاتف المحمول وشبكة المعلومات الدولية أو ما يعرف بالإنترنت.

طرق الإعداد للحديث الصحفي:

تتجه الصحف على مختلف اتجاهاتها إلى نشر المزيد من الحوارات الصحفية باعتبارها أسلوب نشر ونمط محبب إلى القراء، حيث ينطوي على مادة تحريرية تدفع القراء إلى متابعتها، وتتعدد الشخصيات التي يتم إجراء الحوارات معها من ناحية، وطبيعة الأفكار والآراء المطروحة من ناحية أخرى، وحتى يتم إجراء الحوار الصحفي بصورة جيدة، يتطلب ذلك الوقوف عند بعض النقاط المهمة في ذلك وهي:

١) اختيار الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها.

٢) اختيار القضية أو الموضوع محل الحوار.

٣) جمع المعلومات الكافية عن موضوع الحوار.

٤) إعداد الأسئلة المناسبة والتي تغطى جوانب موضوع الحوار.

٥) الاتصال بالشخصية وتحديد الميعاد لإجراء الحوار.

١) اختيار الشخصية:

حيث يتطلب ذلك أن تكون شخصية المتحدث قادرة على الخوض في موضوع الحوار وتكون من الخبراء أو المتخصصين أو المهتمين به، وبالتالي فلا يعقل أن تكون الآراء لشخصية متخصصة في علوم الفضاء، وموضوع الحوار يتحدث عن أمراض الدواجن، ومن هنا فإن نجاح الحوار يتوقف على اختيار الشخص المناسب التي تتحدث في القضية المناسبة والتي تهم غالبية القراء.

٢) اختيار الموضوع:

الثابت أن هناك العديد من القضايا والموضوعات قد يأتي تناولها دون فائدة وأن هناك قضايا وموضوعات تحتاج إلى حوارات صحفية وآراء من أجل نقل الصورة الحقيقة للقراء، وبالتالي فإن فوز مصر ببطولة الأمم الإفريقية عام ٢٠٠٦ قد يكون حواراً صحفياً مع المدرب حسن شحاتة مدرب الفريق الوطني أكثر من إجراء نفس الحوار مع رئيس إتحاد الكرة وخاصة إذا كان أساس الحوار يقوم على استعدادات الفريق الوطني قبل البطولة لخوض مبارياته بنجاح.

٣) جمع المعلومات:

وفيها يقوم المحرر الصحفي بإعداد المعلومات اللازمة عن موضوع الحوار والشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، فمن حيث موضوع الحوار قد يقوم المحرر باللجوء إلى مراكز المعلومات بالصحيفة (المكتبة- الأرشيف) لجمع مادته ثم التجول على شبكة الإنترنت للاطلاع على ما تم كتابته عن موضوع حواره، ومن ناحية أخرى يقوم المحرر الصحفي بالبحث عن بعض الجوانب المهمة في شخصية الذي يتم إجراء الحوار معه مثل اهتماماته، كتبه، أبحاثه، أعماله، إنجازاته، أسلوب تفكيره، آراؤه واتجاهاته، علمه وفكره، وبعد ذلك يتم صياغة أسئلة الحوار على النحو الذي يتفق وطبيعة الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها.

٤) إعداد الأسئلة:

تأتي الأسئلة الجيدة من خلال اختيار الموضوع محل الحوار، والشخصية التي بإمكانها أن تتحدث عنه وتضيف من المعلومات ما يحتاج إليه القراء، وعلى هذا فإن الإعداد المسبق للأسئلة من شأنه أن يجعل المحرر الصحفي أكثر ثقة في نفسه، وأكثر دراية بالموضوع الذي يتم مناقشته، وبالتالي ضبط إطار المناقشة بحيث لا يخرج المتحدث عن أصل الحوار لموضوعات فرعية قد لا تهم الحوار ولا يحتاج الجمهور إلى معرفتها، ويصبح من الضروري أن يكتب المحرر الصحفي الأسئلة قبل أن يلتقي بالمصدر الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، ولكن لا يجب أن يذهب إليه ومعه الأسئلة المكتوبة، وأنه من الأفضل أن يحفظها حتى لا يضطر لقراءتها من الورق الذي أمامه، ويعطي انطباعاً لدى الشخصية بأن المحرر لم يدرس موضوع الحديث جيداً، وقد يصبح من الشروط المهمة في هذه الأسئلة أن تكون إيجابية بمعنى أنها تقدم معلومات وأخبار وآراء جديدة، بعكس الأسئلة السلبية التي تدور كلها في إطار واحد، بما لا يفيد القارئ، بجانب ضرورة أن تكون الأسئلة محددة بدقة، وألا تحمل معاني كثيرة قد تفقد المتحدث التركيز عند الإجابة عليها، بحيث يبدأ المحرر الصحفي أسئلته بموضوع الحوار ثم التصاعد في الأسئلة التي تخوض في التفاصيل بشكل درامي يجعل من الحوار متعة أثناء القراءة عبر التنوع في الأسئلة ما بين الأسئلة الهادئة والثائرة والمشاغبة لموضوعات وآراء خلافية من شأنها أن تخرج المتحدث عن هدوءه من ناحية والكشف عن زوايا ومعلومات لم تكن مطروحة من ناحية أخرى، ويرى أساتذة الصحافة ضرورة أن تكون مثل هذه النوعية من الأسئلة في منتصف الحوار أو قبل نهايته حتى لا يضطر المتحدث من إنهاء الحوار وعدم الرغبة في استكماله.

٥) الاتصال بالشخصية وتحديد الميعاد:

بعد اختيار الموضوع وإعداد الأسئلة إعداداً جيداً بما يتفق مع المتحدث الذي يتم إجراء الحوار معه، يتم الاتصال بالشخصية وتحديد الميعاد المناسب لإجراء

الحوار حيث يستوجب ذلك أن يذهب المحرر الصحفي قبل الميعاد المحدد، ثم تقديم نفسه بنفسه على أنه صحفي بجريدة كذا، وأن يكون على دراية بآراء واتجاهات الشخصية التي يتحاور معها، وقد يكون من الصعوبة لضيق الوقت إعداد الأسئلة المناسبة ويلجأ خلالها المحرر إلى خبرته وثقافته في إجراء الحوار مع الشخصية بأسئلة تتفق مع آرائه المنشورة بالصحف والمجلات وبالتالي فإن مقابلته مصادفة قد تكون فرصة لا تتاح إلا نادراً.

خطوات تنفيذ الحوار الصحفي:

١) تحديد موعد اللقاء.

٢) إجراء الحوار.

٣) تسجيل الحوار.

٤) إعادة صياغة الحوار.

١) تحديد موعد اللقاء:

حيث يبادر المحرر الصحفي بالاتصال بالشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، أو مقابلتها لتحديد الميعاد والوقت المناسب، ويتم في إطار ذلك تحديد من المتحدث، وماذا يريد، ولماذا يريد؟ وعلى هذا يجب على المحرر الصحفي ألا يفرض على الشخصية ميعاداً محدداً لإجراء الحوار معه، وإنما يتم اقتراح ميعاد، أو يترك للشخصية تحديد الوقت الذي يناسبها وهذا هو الأفضل، وذلك نظراً لوجود شخصيات عديدة لديها من المعلومات والآراء الكثير ولا ترغب في التحدث مع وسائل الإعلام، حيث يراعي المحرر الصحفي طبيعة الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها.

٢) إدارة الحوار:

الثابت أن مطلع أسئلة المحرر الصحفي قد تكون من العوامل المشجعة لاستكمال الحوار حتى نهايته وقد تكون البداية هي نهاية الحوار على ذلك فإن الأسئلة التي يتم إعدادها لفنان أو مطرب أو لاعب كرة لا تصلح لسياسي أو أديب أو وزير مسؤول في الحكومة، لذلك يجب أن يحسن المحرر الصحفي اختيار نقطة

البداية أو مدخل الموضوع الملائم للشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، لذلك يجب أن يحرص المحرر الصحفي على أن يكون مسيطراً على المناقشة، وعلى تحديد سير الحوار، مع ضرورة أن يحاول المحرر الصحفي قدر الإمكان أن تكون أسئلته متجهة نحو القضايا الأساسية التي هي موضوع الحديث، وأن يحرص على الحصول على كل ما هو جديد ومثير ومحل اهتمامات القراء.

أما بالنسبة لنهاية الحوار فيجب أن تتركز حول غاية التوصل إلى النتائج والخلاصات العامة، واستخلاص أهم المعلومات والآراء التي تخدم موضوع الحوار لاسيما التعرف على وجهة النظر الشخصية للمتحدث، وكذا السعي إلى تأكيد بعض جوانب الموضوع الدقيقة التي تحتاج إلى مزيد من الصقل أو المراجعة.

٣) تسجيل الحوار:

ويتم تسجيل الحوار من خلال طريقتين هما:

١) النوتة الصحفية.

٢) أجهزة التسجيل.

١) التدوين في النوتة الصحفية:

وهي الطريقة الشائعة والأسهل للمحرر الصحفي، حيث يقوم بتدوين ملاحظاته أثناء الحوار في نقاط قليلة، وقد يلجأ بعض المحررين الصحفيين إلى التدوين التام لكل الحوار وهذا ورغم أهميته يرفضه أساتذة الصحافة وذلك أن المحرر يصبح طوال الحوار مشغول بالتدوين الإملائي لكل الكلمات والعبارات التي يقولها المتحدث، وعلى هذا يصبح من الأفضل أن يتم تدوين الملاحظات على الأسئلة المطروحة مع الأرقام التي قد يتم نسيانها عند صياغة الحوار من جديد، أما الأحداث المعلومات الإنشائية فيعتمد المحرر الصحفي على حضوره أثناء الحوار وفهمه لكل التفاصيل التي تحملها إجابات الشخصية.

٢) تسجيل الحوار بأجهزة التسجيل:

وهذه الطريقة تعد هي الأفضل في تسجيل الحوارات الصحفية، حيث تكون الفرصة متاحة أكثر للمحرر الصحفي لتناول العديد من الأسئلة الثانوية عبر

إجابات المتحدث وقد يرفض المتحدث هذه الوسيلة أثناء الحوار، والبعض يراجع ما تم تسجيله قبل انصراف المحرر وذلك حتى لا تكون هناك ألفاظاً أو عبارات قالها في حالة انفعال معين، وعلى هذا فالبعض من المسؤولين يراجعون حواراتهم المسجلة، والبعض قد يتنكر لذلك في حالة التدوين في النوتة الصحفية.

قوالب صياغة الحديث الصحفي:

قبل قيام المحرر الصحفي بكتابة الحوار الصحفي لابد وأن يستجمع كل ما توصل إليه من معلومات وآراء، وقد يقوم بالاتصال مرة أخرى بالشخصية التي تم إجراء الحوار الصحفي معها إذا ما حدث خطأ في رقم جاء ذكره في الحوار، أو إجابة ناقصة على سؤال مهم، ثم تأتي الصياغة بعد ذلك ووضع الحوار في القالب الذي يناسبه.

١) قالب الهرم المقلوب.
٢) قالب الهرم المقلوب المتدرج.
٣) قالب الهرم المعتدل.
٤) قالب الهرم المعتدل المتدرج.

١) قالب الهرم المقلوب:

ويشتمل هذا القالب على ركنين أساسيين، الأول يتضمن مقدمة الحديث وهي تحتل قاعدة الهرم المقلوب، والثاني نص الحوار وهو يمثل جسم الهرم المقلوب أما المقدمة فهي تحتوي على أهم ما في الحديث من أخبار وآراء، في حين يأتي جسم الحديث متضمناً النص الكامل للحديث ثم يتم التدرج في أهمية المعلومات الواردة في الحوار من الأكثر أهمية، فالأقل أهمية ثم الأقل فالأقل.

أهم الأخبار- نص الحديث- تفاصيل- تفاصيل- خاتمة

٢) قالب الهرم المقلوب المتدرج:

ويتضمن هذا القالب جزئين هما: الأول: ويشمل المقدمة وهي تحتل قاعدة الهرم المقلوب المتدرج، الثاني: ويشمل نص الحوار الصحفي والذي يحتل جسم الهرم المقلوب المتدرج.

وتحتوي المقدمة على أهم الأخبار أو الآراء التي يتضمنها الحوار الصحفي أو جسم الهرم فهو على شكل فقرات يقوم المحرر في كل فقرة منها بتلخيص جانب من جوانب الحديث، وبين كل فقرة وأخرى يورد المحرر نص كلام المتحدث المتعلق بموضوع الفقرة الملخصة.

أبرز الأخبار- أقوال- تلخيص- أقوال- تلخيص

٣) قالب الهرم المعتدل:

ويأتي هذا القالب على ثلاث محاور هما:

١- المقدمة: وهي تحتل قمة الهرم المعتدل تعد وتهيئ القارئ للحوار بأن تشير إلى موضوع الحوار، أو تصف الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، أو تأتي وصف للمكان الذي يتم فيه الحوار، أو سرد قصة اللقاء مع حتى كان على أرض الواقع.

٢- جسم الحديث: وهو يحتل جسم الهرم المعتدل، ويتضمن نص الحوار بحيث يبدأ من المعلومات الأقل أهمية فالأكثر أهمية، واستدراج القراء حتى القضية الأصلية، أو أهم معلومة في الحوار كله.

٣- خاتمة الحديث: وهي تحتل قاعدة الهرم المعتدل وتحتوي غالباً على تلخيص لأهم الآراء والمعلومات التي أدلت بها الشخصية التي تم إجراء الحوار معها، وقد تأتي الخاتمة من خلال طرح رؤية المحرر لأقوال والمعلومات التي أدلى بها المتحدث، وقد تكون انطباعات شخصية.

أقل أهمية- أكثر أهمية- أكثر أهمية- أكثر أهمية- أهم ما في الحوار.

٤) قالب الهرم المعتدل المتدرج:

ويأخذ هذا القالب شكل المستطيلات، وهو يتضمن ثلاثة أجزاء وهي: المقدمة: وهي لا تختلف عن الهرم المعتدل حيث تكون المعلومات عادية وقليلة الأهمية، أما جسم القالب فيضم مستطيلات وهي نتيجة المزاوجة بين فقرات

التلخيص وبين الأقوال المقتبسة من تصريحات الشخصية التي تم إجراء الحوار الصحفي معها ، أما الخاتمة فقد تأتي عبارة عن تقييم المحرر الصحفي لأقوال وآراء الشخصية ، وقد تكون هذه الآراء محل نقد من المحرر وقد تأتي بالإعجاب والإشادة وهذا ما يؤكد حقيقة الانطباعات الشخصية التي تأتي في خاتمة الحوار الصحفي في الهرم المعتدل المتدرج.

مقدمة وصفية

نص الحوار

تلخيص أقوال مقتبسة

تلخيص تقييم وانطباعات المحرر

تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات :

ذكر لينين واكس مان في تعليماته للمبتدئين لإجراء المقابلات النقاط التالية:

١- في بادئ الأمر لا تبدأ مقابلتك بأسئلة صعبة ، وحاول أن تكسر الحاجز الجليدي بينك وبين الشخص مقابلك عن طريق تقديم نفسك له وماهية طبيعة عملك والسبب وراء مجيئك لمقابلته.

٢- ويجب أن يكون موضوع السؤال الافتتاحي ذو نهاية محددة والتي بدورها ستحدد موضوع المناقشة ، لذا من المهم أن تجعل الشخص يتكلم لخلق جو مريح للمحادثة.

٣- حاول أن تراقب وتسمع جيداً وتبين ما إذا كان الشخص الذي تقابله منفتح بالحديث أم حذر وعليك أن تكون حذراً في أن لا تفقد السيطرة على المحادثة.

٤- حاول أن تقود الحديث معه وحاول أن تعرض عليه تجربة أنت مررت بها ومن بعدها حاول أن تسأله سؤال صعب بعد أن مهدت بسؤالين سهلين.

٥- حاول أن تصغي للتلميحات والأفكار الصغيرة التي من الممكن أن تقود إلى قصص جديدة والتي لم تكن لتخطر ببالك، وكن متنبها لفكرة أن الفكرة التي بدأت بها والتي هي لديك مسبقاً هي عبارة عن فكرة خاطئة أو أنها غير ضرورية، وعليك أن تبقى مرناً في تعاطيك للأمور لأنه من الممكن أن تصل إلى رواية لعلها أفضل من التي جئت من أجلها.

٦- ابق متذكراً بأنك حين مغادرتك عليك أن تكون جاهزاً لكتابة قصة كاملة لذا كيف سيكون تقدمك بشان هذا الموضوع ؟ أو يا ترى هل لديك المعلومات الكافية لتغطية الخبر؟

٧- لا تكن ممانعاً فيما إذا سألت سؤالاً محرجاً، فقط فكر أو اسأل نفسك فيما إذا كان هو ذو علاقة لشيء سوف أكتب عنه.

٨- لا تخف فيما إذا تعرضت لأسئلة ساذجة فالطبع لأنك لن تعرف كل شيء وحتى إن عملت واجبك المدرسي على أكمل وجه.

٩- وإذا كان من الضروري لإبقاء الحديث مستمراً أن تسأل أسئلة مثل (ماذا تعني ؟) أو (لماذا ذلك ؟)

١٠- لا تستسلم مباشرة لسؤال ليس له جواب مباشر، عليك إعادة المحاولة ثانية بطريقة مختلفة أو أسلوب آخر، أطفئ المسجل فيما لو لم تستطع إيجاد فكرة للكتابة واجعلها فكرتك لكتابه قصة مهمة.

١١- أن أفضل الأفكار التي من الممكن أن تستخلصها من الشخص الذي أمامك هي عن طريق الإيحاء له بأن المقابلة قد انتهت فمثلاً أن تضع القلم أو دفتر الملاحظات جانباً هذا ما يجعله يشعر بالارتياح ويعطي ملاحظة حاسمة.

كيف تسأل ضيفك:

- يرى مايكل آرلن أن استخدام الصحفي لسؤال يبدأ بـ (ما هو شعورك ؟) هو فرصة لبحث الصحفي عن سؤال آخر حقيقي وذو أهمية خلال إجابة الضيف أو لأن الصحفي يأمل بأن ضيفه سيجيب على هذا السؤال بإجابة تتضمن

معلومات مهمة، ولكن آرلن يرى أن مثل هذه الأسئلة سخيفة، وأن هناك العشرات من الأسئلة التي يمكن أن يصيغها الصحفي من أجل الحصول على تصريحات مثيرة لانتباه القراء، ثم ضرب مثلاً برجل يقوم بعمل يرضيه- سواء كان جيداً أو رديئاً- ثم يسأله الصحفي ذات السؤال" في هذه الظروف، ما الذي سيجيبك به أي شخص- بحق الجحيم- سوى: (في الواقع، أشعر بسعادة كبيرة)".

- لابد أن ينتقي المجري للمقابلة كلماته بعناية كما يختار الرامي المهارات المدروسة لكل رمية، فالمستفتون لا يسألونك (كم عمرك؟) والتي قد تقود إلى الكذب وإنما يسألون (في أي عام ولدت ؟) أو (ما هو تاريخ ميلادك ؟)، كما أن إضافة الاسم لسؤال ما قد يؤثر على الإجابة، ففي عام ١٩٤٠ عندما لم يكن تشارلز ليندبرج معروفاً في أمريكا، قام المعهد الأمريكي للرأي العام بتوجيه سؤال لبعض الأفراد بهذه الصيغة: "يقول ليندبرج أنه في حال فوز ألمانيا في الحرب الأوروبية فلابد وأن تحاول الولايات المتحدة عمل تجارة ودية وعلاقات دبلوماسية مع ألمانيا، هل توافق أم لا توافق ؟" ٤٦٪ وافقت، عندما طرح السؤال نفسه باستبدال (يقول ليندبرج) بـ (من المقترح) كسب ٥٧٪ كموافقة.
- من الأفضل تخطيط صياغة الأسئلة الرئيسية بحذر، فقد يتعذر السيطرة على أضرار الصحفي في حالات الحروب أو ساحات القتال، عندما تكلف بعمل قصة (مادة) حول احتمال القيام بإضراب في مصنع محلي فستذهب لمقابلة بعض الموظفين الذين تعتقد بأنهم سيتخلون عن واجباتهم، أنت بحاجة إلى رأي نقي لأن مسألة المضي قدماً في الإضراب من عدمه ستعتمد على تصويت الأعضاء.

ولكي تحصل على هذا الرأي لابد وأن تنشئ سؤالاً حذر الصياغة كهذا: "هل ستشارك في الإضراب عند صدور القرار بذلك ؟"، ولكن الصحفي الذي يحمل شيئاً من التعاطف السري تجاه هؤلاء سيقول بلا تفكير: "كونك عضواً في الإتحاد،

٤- من أول شخص أحببته ؟

٥- ما هو الشيء الذي منحك أجمل متعة خلال العام الماضي؟

تقول والترز أن السؤال الثالث هو "من أفضل الأسئلة التي يمكن توجيهها للشخصيات الكوميدية، إذ أنه من الصعب مقابلتهم فأنت بنظرهم الشخص الجدي المستقيم دائماً".

عندما سألت (التايمز) والترز عن كيفية إجابتها عن أسئلتها المضمونة، قالت بعد تردد: "حسناً... لا أعتقد أني أريد ذلك، سيلزمني وقتاً طويلاً للتفكير في إجابات جيدة"، (هذه الإجابة تؤكد بان أصعب الضيوف هم الذين عادة ما يجرون المقابلات).

إن سؤال والترز رقم (١) وأمثاله من الأسئلة المذيبة للجليد هي أسئلة افتراضية، والمجري للمقابلة يخاطر بطرح مثل هذه الأسئلة.

تستذكر والترز المرة التي سألت فيها الأمير البريطاني فيليب عن تصور الحال فيما إذا أقدمت بريطانيا على انتخاب رئيس لها، فهل سيستمتع وقتها بكونه سياسياً؟، أجابها فيليب بعنف، بأن هذا السؤال افتراضي، وكان من الطبيعي أن لا يجيب عليه.

تقول والترز "لقد سُحقت"، وتتابع حديثها، "ولكني تعلمت درساً قيماً حول الحديث مع الأشخاص ذوي المقامات الرفيعة: تجنب الأسئلة الافتراضية التي تبدأ عادة بـ (ماذا لو..) ثم تنتقل إلى حال خيالي لم يحدث من قبل ولن يحدث مستقبلاً، هذا النوع من الأسئلة يمكن طرحه على الأشخاص المبدعين، الذين تأسرهم الظروف الخيالية، أما بالنسبة للأشخاص العمليين الواضحين فيعتبرونها مضيعة للوقت".

مع هذا، فإن الأسئلة الافتراضية تكون خصبة عندما يكون الموضوع إبداعي ومزاجي، سأل كينيث تينان ضيفه ريتشارد بورتن "لو كان باستطاعتك إعادة حياتك من جديد فهل ستقوم بتغيير أي شيء ؟"، هذا السؤال يعتبر بالِ حد الهزال، إلا أن إجابة بورتن كانت على العكس إذ قال: "أود لو ولدت إبناً لدوق

يستلم ٩٠,٠٠٠ باوند في السنة ولديه ممتلكات ضخمة... وأود أن أمتلك أكبر مكتبة، وأود أن أعتقد بأني قادر على قراءة كل هذه الكتب إلى الأبد، وأموت بلا رثاء، مجهولاً، لا يتغنى بي، ولا يتشرف بي أحد..".

هناك العديد من الأسئلة الافتراضية، بعضها ينجح في المقابلات المازحة مثل:

- ما هي الكتب أو (الألبومات، الأفلام، الرؤساء) الثلاثة التي تفضل اصطحابها معك لو كنت محبوساً في جزيرة ؟
- لو طردت من وظيفتك الحالية، ما نوع العمل الذي ستقوم به ؟
- لو كان باستطاعتك العيش في أي زمن من التاريخ، أي الأزمان ستختار؟
- إذا كان باستطاعتك أن تكون أي شخص تود أن تكونه، فمن هو هذا الشخص ؟ وماذا كنت ستفعل ؟
- إذا أعطاك شخص مليون دولار، فكيف ستنفقها ؟
- لو احترق منزلك، فما هو الشيء الذي ستأخذه معك خلال خروجك منه ؟

هذا النوع من الأسئلة لن يثير المقابلة - بالمواضيع الصعبة - ولكن باستطاعتها استنباط بعض التفاصيل الذكية التي ستضفي الحيوية على مقالك، وبالطبع، فبإمكانك الحصول على هذه الأجزاء من الأسئلة المباشرة والواقعية أيضاً، لقد اقترحت دوروثي شيف - الناشرة ورئيسة تحرير نيويورك بوست - هذه الأسئلة الدائرة حول الاهتمامات الإنسانية:

- من هو الشخص الذي أثر في حياتك أكثر من غيره ؟ أي كتاب، إن وجد ؟
- ماذا تفعل للاسترخاء؟
- ما هي أكبر فرصة واجهتك؟
- ما هي مرئياتك حول الناس - هل يمكن تغييرهم إلى الأفضل أم إلى الأسوأ؟

بلاشك، إن مثل هذه الأسئلة المتعلقة بالاعتقادات يمكن أن تكون سبيلاً لإذابة الجليد بشكل مخادع، يقول جون قنتار: "أحد الأشياء التي اكتشفتها هي التالي: معظم الأشخاص يمكنهم الحديث بطلاقة إذا سألتهم عن حجم إنجازاتهم"،

ويضيف: "أحد الأسئلة الفعالة هو عندما تسأل الرجل عن أي شيء يؤمن به بشدة، لقد استطعت جمع مقتطفات ممتعة من الإجابات على هذا السؤال".

في النهاية، إجراء المقابلة يعتمد على الموهبة الغريزية أكثر من الأساليب التقنية، المقابلة عبارة عن حوار حيوي وفكري، فكلما استثمرت المزيد من الحيوية والفكر في أسئلتك، كلما حصلت على المزيد من الإجابات.

التعامل مع الضيوف الصعبين:

إن المحررين المحنكين ذوي الخبرة لازالوا يتذكرون بسهولة الأوقات الأولى والأصعب في مسيرتهم المهنية عندما كانوا يشعرون بالخديعة والتلاعب والتضليل من قبل الأشخاص الذين يجرون اللقاءات معهم.

(أتمنى لو كنت أعلم بشكل أفضل) هذا هو التعليق الذي عادة ما نسمعه من خبراء الإعلام عندما يفكرون بالأطوار المبكرة من حياتهم المهنية، إنهم الآن يعترفون بأن الشخصيات الأولى التي حاوروها قامت بعمل (حيل قذرة) من أجل الظهور بصورة راقية وإلحاق الضرر بالمحرر أثناء المقابلة.

في بعض الثقافات الصحفية، يصيب المحررين شيئاً من التوتر تجاه المسؤولين أو كبار السن، قد يكون ذلك بسبب عدم إلمامهم بالأساليب الحديثة لإجراء المقابلات أو قد يكون بسبب خوفهم من عواقب طرحهم لبعض الأسئلة، من أجل كبح جماح هذا الارتباك يجب أن تعلم أيها الصحفي بعض الأشياء التي سوف تساعدك على التحكم به، فمثلاً، لابد أن تعلم أن السياسي العنيف على سبيل المثال لديه ترف التجول بين جميع أنواع الإجابات من الطويلة الفارغة إلى الإجابات التي تتراوح بين (نعم ولا).

ولكن ما هي الحيل الأخرى التي لابد للصحفيين الانتباه لها ؟ وكيف يمكنهم استخدامها كهجوم معاكس ؟

١- عندما يتخذ الضيف موقفاً عدوانياً من خلال شجب الصحافة عموماً (مثلاً: "ألا يمكنكم الحصول على التصريحات بشكل صحيح ؟"، "إنكم لا

تحبون سوى الأخبار السيئة وملاحقة الناس")، حاول أن تبقى هادئاً، ودعه ينفس عن عدائه ثم ابدأ بلطف مقابلتك.

٢- عندما يقوم الضيف بقلب السؤال وكأنه يستجوبك أو يقابلك أنت كأن يقول "ما رأيك أنت ؟" أو "ما الذي كنت فاعله ؟"، يمكنك الإجابة حينها: "أنا على ثقة بأن القراء يهمهم رأيك أنت بخصوص هذا الأمر".

٣- عندما يحاول الضيف الخروج بتصريحات غير رسمية (كأن يقول لك "ما قلته للتو ليس قابل للنشر") لا بد أن تشرح له بإلحاح أن هذه المواد لابد وأن تسجل من أجل المصداقية، أو عد لاحقاً إلى نفس الموضوع بصيغة جديدة أو سؤال له علاقة بنفس الموضوع من أجل الحصول على المعلومات التي تود وضعها ضمن المواد المنشورة، يمكنك أيضاً أن تواجه الضيف بكل صراحة بأنك ترفض إزالة هذه المعلومات من التسجيل.

٤- لا يرعبك الضيوف العدوانيين الذين يقولون أشياء كـ: "هذا سؤال غبي" أو "لم تقم بواجبك المنزلي" أو "هذا ليس من شأنك"، حافظ على هدوءك وأخبرهم عن المصادر التي راجعتها قبل أن تطرح عليهم تلك الأسئلة، اشرح لهم سبب أهمية الإجابة عن هذا السؤال.

٥- هناك الكثير من الضيوف الذين يلجأون إلى التجول بالحديث بعيداً عن الموضوع من أجل المراوغة وعدم الإجابة على السؤال، اترك لهم المجال (في اللف والدوران) وابحث عن أي معلومة مفيدة في حديثهم قد يكشفونها بشكل غير متعمد، وإلا حاول إعادتهم بلطف إلى السؤال الأساسي كأن تقول: "هذا شيء ممتع، ولكن....".

٦- هناك ضيوف آخرين يستخدمون تكتيكاً أسهل من خلال الإجابة بـ (نعم أو لا) فقط، وحتى تصعب عليهم إمكانية استخدامهم لهذه الإجابات المقتضبة قم بصياغة سؤالك بشكل لا يسمح بالإجابة عليه بكلمة واحدة، أو قل "هل يمكنك التفصيل ؟" أو "لماذا تقول ذلك ؟".

٧- كونك إعلامياً يعني أنك ستواجه أشخاصاً يحاولون تصعيب حياتك ولكل منهم أسبابه الخاصة، فبدل أن يجيبوك على سؤالك سيقومون بإحالتك إلى مصدر مبهم أو يتعذر الوصول إليه، مثلاً يقولون لك: "قم بالإطلاع على كتابي الفلاني حيث قمت بمناقشة هذا السؤال بشكل كامل"، أخبره بأنك وصلت آخر موعد لإنجاز العمل وأنك مضغوط أو اطلب موجزاً لآرائه حول الموضوع.

٨- أحد الوسائل المستخدمة لإرباك أو تشويش المحررين والمراسلين هو استخدام المصطلحات (السياسية أو الاقتصادية أو العلمية.. الخ)، لا تجعل المتحدثين بلغة المصطلحات يخدعوك، ارفع يدك وأوقفهم وطالب بالإجابة باللغة المتعارف عليها والتي يمكن للقراء والمستمعين العاديين فهمها.

٩- إدعاء الاهتمام بدقة ما ستقوله عنهم، يصرّ بعض الضيوف على الإطلاع على المادة قبل نشرها، قم بمراجعة أهم النقاط مع ضيوفك عبر الهاتف فقط، وإذا كانت سياسة توظيفك تسمح لك بذلك، نحن لا نشجع السماح للضيوف بتحرير مادتك الصحفية قبل نشرها.

١٠- لا تتظاهر بالبلاهة أيضاً، إذا فعلت ذلك فسيحدث أحد الأمرين: إما أن يصرفك ضيوفك بحجة عدم احترافك ويرفضون تبديد أوقاتهم معك، أو يستخدموك كأداة نقل للإعلان والدعاية لصالح آرائهم.

١١- قد يشك الضيف بمدى معرفتك والمعلومات التي تمتلكها حيال الموضوع المطروح ولهذا فقد لا يأخذك على محمل الجد، قم بواجبك وكن مستعداً، شارك ضيفك المعلومات التي لديك ولكن احذر أن تحاول إيهامه بأنك خبير في الموضوع المطروح.

١٢- ختاماً، يمكنك أن تكون استفزازياً بلا مواجهة أو تحدٍ، أخبر ضيوفك عن آراء منتقديهم، ولكن لا تظهر رأيك الخاص، تذكر بأنك هناك من أجل جمع المعلومات وليس لمحاربة أي شخص.

عشرة أفكار من أجل الخروج بمقابلة أفضل:

١- كن مستعداً.. قم بالقراءة عن الموضوع الذي يحويه تقريرك وعن الشخص الذي ستحاوره، بهذا ستتمكن من كسب إعجاب ضيفك، كما ستحذف الأسئلة التي يمكن أن يجيبك عليها أحد مساعدي الضيف، أو التي يمكنك الحصول على إجاباتها في كتاب أو وثيقة، عند تحديد موعد المقابلة، اسأل ضيفك عن الوثائق أو المصادر الأخرى للمعلومات التي يقترح عليك أهمية الحصول عليها والتي لها علاقة بالموضوع الذي سيتم نقاشه، سيقدر ضيفك اهتمامك وعادة ما يشاركك بوثائق ثمينة قبل اللقاء، تأكد من احتواء جهاز التسجيل الخاص بك على بطاريات جيدة، احضر شريطاً إضافياً وورقة وقلم.

٢- حدد قواعد اللقاء بشكل واضح.. احرص على توضيح الموضوع الذي تعمل عليه (سيساعد ذلك في إبقاء المقابلة في الطريق المطلوب)، بالإضافة إلى ذلك فإنك لابد وأن تخبر الضيف بأن جميع تصريحاته (مسجلة- الرسمية)، من الأفضل لك أن تؤسس هذه النقاط عند تحديد موعد المقابلة، وعلى الرغم من أن المسؤولين الحكوميين لديهم الخبرة الإعلامية الكافية من خلال الإشارة إلى التصريحات (غير المسجلة) و(المسجلة) إلا أن بعض الخبراء قد لا يدركون الفرق، تذكر أن التوضيح المباشر لقواعد سير المقابلة قد يكون مطلوباً (خاصة عندما تكون وظيفة ضيفك أو حياته معرضة للخطر عبر نقل تصريحاته).

٣- احضر في الوقت المحدد.. أسوأ انطباع تحصل عليه لدى ضيفك هو عند تأخرك عن الموعد المحدد.

٤- كن يقظاً.. انتبه لتفاصيل المكان والضيف، قد يضيف ذلك رونقاً إلى موضوعك، إذا كنت تقوم بلقاءات الضيوف في منازلهم أو مكاتبهم، تأكد من تفقد كل ما هو حولك ودوّن ما تراه، على سبيل المثال، قد يمتلكون صوراً قديمة تظهر جانباً غير معروف من شخصياتهم، قد تبدأ المقابلة ولديك

افتراضات عن الشخص وتخرج بانطباع مختلف تماماً عنه، ومع ذلك قد يكون هذا ما يقصده الضيف بالضبط، الإدراك الكامل قضية تتطلب البراعة.. ولهذا حاول التحدث مع الآخرين من زملاء أو أصدقاء الضيف من أجل الإطلاع على الصورة بالكامل.

٥- كن مهذباً.. لا تستعجل ضيفك.. من المهم إنشاء تقرير مهذب ومستوىً مريح للضيف، في المقابل، هناك بعض الضيوف الذين بحاجة إلى بضع دقائق من أجل الإحساس بالراحة في محادثة المراسلين، وحتى لو لم تمتلك سوى ٣٠ دقيقة للمقابلة، لا تستعجل ضيفك، إذا شعرت بأن ضيفك على عجل فقم بتنسيق الوقت وفقاً لذلك، تذكر دوماً أن الجميع مختلفين، ستكتشف بأن انتهازك لبعض الوقت من أجل التعرف على ضيفك بشكل أكبر له قيمة، خصوصاً عندما تدرك الحاجة إلى أسئلة إضافية أو استخدام ضيوفك كمصادر لمواضيع مستقبلية، إذا سارت المقابلة بشكل جيد، فقد تتجاوز الوقت المحدد سلفاً، أعط نفسك وقتاً كافياً بين الموعدين لتجنب تضارب المواعيد.

٦- استمع ولكن لا تخشى المقاطعة عند عدم استيعابك لنقطة ما.. اجعل جمهورك في بالك دائماً.. أحد أسباب إجرائك لهذه المقابلة هو شرحها للقراء، فإذا استخدم ضيفك المصطلحات أو التفسيرات العلمية التي لا يفهمها سوى نظراءه، قم بمقاطعته بأدب واطلب المزيد من الشرح، لا تخجل أبداً من عدم معرفتك بأي شيء.

٧- السكوت من ذهب.. ستضطر إلى طرح الأسئلة الصعبة والتي تستفز ضيفك عاجلاً أم آجلاً، عندما تبدأ بهذه الأسئلة المثيرة للغضب، فعادة ما ستجد الإجابات عليها قصيرة، أو غير مفيدة أو ذات صياغة حذرة، قد لا تحصل على إجابة من الأصل، إذا حدث ذلك، شاهد ضيفك العين بالعين ولا تتحدث، سيشعر الضيف بعدم الراحة- في معظم الأحوال- ويبدأ في

مشاركتك بعض المعلومات من جديد، إذا لم تنجح هذه الخطوة، اطلب منه تزويدك بالمصادر التي يمكنها الإجابة عن السؤال.

٨- حافظ على الاتصال البصري.. إن المحرر الذي يقضي معظم وقته منحنياً بانشغال لتسجيل الملاحظات أو مشاهدة نوتته (دفتر التدوين الصغير) يثير ذات مشاعر الإحباط أو الارتباك لدى الضيف التي يشعر بها عند التحدث إلى آلة التسجيل، حاول الحفاظ على الاتصال البصري مع ضيفك قدر الإمكان خلال تسجيل وتدوين المقابلة، تعلم كيفية تدوين الملاحظات المختزلة (المختصرة) كي تتمكن من التركيز على ضيفك وعدم الحاجة إلى الإطلاع على نوتتك إلى بين فترات متباعدة، سيجعل ذلك لقاءك بالضيف أقرب للنقاش ويجعل الجميع في حالة راحة واسترخاء.

٩- قبل خروجك.. اسأل ضيفك عن أي سؤال يعتقد أنك نسيته، قد يكون الضيف متحرقاً لإخبارك ببعض المعلومات المفيدة التي لم تسأل عنها، لا تخرج قبل حصولك على رقم هاتفه أو بريده الإلكتروني ومعرفة الوقت الأنسب للاتصال به إذا ما كان هنالك المزيد من الأسئلة اللاحقة، اسأل دائماً عن المصادر الأخرى، قد يكون زملاء أو أصدقاء ضيفك ذوي إطلاع أفضل أو على استعداد للحديث معك، اشكر مصدرك على قضاء وقته معك في هذه المقابلة قبل خروجك.

١٠- راجع ملاحظاتك بعد المقابلة مباشرة.. لا تنتظر إلى نهاية اليوم أو الأسبوع لمراجعة ملاحظاتك، قم بفحصها مباشرة ما دامت المعلومات حديثة في بالك وأملأ الملاحظات المختزلة وقم بتفصيل مشاهداتك التي دونتها مسبقاً[1].

المقابلات الصحفية والإذاعية:

تقول المراسلة الصحفية كريستين غيلغار "إن المهارة في إجراء المقابلات الصحفية والإذاعية هي أساس كل التقارير والموضوعات الصحفية الجيدة"، وتُعرّف

(١) المركز العالمي للإعلاميين.

المقابلة الصحفية بأنها معلومة ورأي أو خبرة تُستخلص من مصدر خلال حوار مع المراسل الصحفي، وما يميز المقابلة الصحفية والإذاعية ويجعلها مختلفة بعض الشيء عن أي حوار عادي هو أن المراسل الصحفي هو الذي يحدد وجهة التساؤلات التي تثار أثناء الحوار.

وإعداد المقابلة الصحفية لا يكون عملية سهلة دائماً، فالناس قد تكون عازفة عن الحديث مع الصحفيين، خاصة إذا كان الموضوع محل جدل، وحين التعامل مع المسؤولين يجب أن يبدأ الصحفي بفرضية أن من حق الجمهور معرفة ما يفعله المسؤولون، وأصحاب الخبرة من المراسلين الصحفيين وجدوا أنه كان بإمكانهم إقناع أكثر المسؤولين معارضة للمقابلات الصحفية بإجراء مقابلات معهم حينما يكون لديهم تصور لما يتوقعونه منهم من أعذار أو عقبات، مثل تلك التي نوردها في النقاط التالية:

- أن وقتهم لا يسمح: بإمكان المراسل الصحفي أن يعرض عليهم الالتقاء بهم في أنسب وقت وأفضل مكان بالنسبة للشخص الذي يريد التحدث معه، وكذلك قد يكون من المفيد أيضاً اختصار الوقت المطلوب للمقابلة إلى أقصى حد ممكن.
- يخشون من أن الموضوع قد يجعلهم يبدون بشكل غير مستحب، ولذا يجب أن يتعاطى المراسل باحترام مع الناس وإخبارهم على وجه الدقة بسبب رغبة المراسل الصحفي في الحديث معهم يساهم في طمأنة المصدر أو الشخص الذي يود إجراء المقابلة معه.
- لا يعرفون ما يمكنهم قوله: يجب أن يكون المراسل الصحفي واضحاً وصريحاً بشأن السبب الذي يدفعه للحصول على وجهة نظر شخص معين.
- من الصعب الوصول إليهم: إن المراسلين الصحفيين يكون لزاماً عليهم في أغلب الأحيان المرور عبر السكرتير أو موظف العلاقات العامة للاتصال بالشخص الذي يريد إجراء مقابلة معه، فإذا ساورهم الشك في أن طلبهم لم يصل إلى الشخص المرغوب فإن بعض الصحفيين يبعثون برسالة مباشرة إلى

الشخص أو يتصلون به أثناء فترة الغداء أو بعد ساعات العمل الرسمية في محاولة للوصول إليه.

وبعد ضمان الاتفاق على إجراء المقابلة ودراسة الشخصية التي ستجرى معها والموضوع الذي ستدور حوله، يكون على الصحفي أن يجري مزيداً من الاستعدادات، ومعظم الصحفيين يحضّرون قائمة بالأسئلة التي يريدون توجيهها، أو برؤوس الأقلام التي تدور حولها المقابلة، ويأخذون تلك القائمة معهم، لكن لا يقرأون منها أثناء المقابلة، وإنما يراجعون القائمة قرب انتهاء المقابلة للتأكد من أنهم لم يغفلوا موضوعاً أو نقاطاً مهمة، وينبغي أن تتضمن القائمة أيضاً المعلومات أو الوثائق أو الصور التي يودون الحصول عليها من المصدر.

إن الأسئلة هي العمود الفقري لأي مقابلة، وهي الدفة التي تجعل السفينة تبحر في الاتجاه الصحيح، والأسئلة الجيدة قد تكافئ المراسل الصحفي بإجابات غير متوقعة، ومعلومات قيمة، ومفاجآت، أما الأسئلة الضعيفة فقد تجعل الصحفي يتساءل عما دعاه للحديث مع هذا الشخص، أما الأسئلة المحددة إلى درجة كبيرة فقد تجره إلى وجهة وعرة وخاطئة.

والسؤال الأول في أي مقابلة مهم لأنه يحدد طابع ما سيتبعه من أسئلة، والعديد من الصحفيين يحبون أن يبدأوا بسؤال "لإذابة الجليد" بينهم وبين الشخصية التي يجرون معها المقابلة لكي تصبح أكثر اطمئناناً واسترخاء، ويكون ذلك السؤال عادة عن شيء يرتاحون للإجابة عليه، وقد يكون هذا الشيء، في واقع الأمر، ليست له أي علاقة بسبب المقابلة، لكنه غالباً يساهم في بدء شعور الشخصية أو المصدر بمصداقية الصحفي، كما يمكن أن يؤدي إلى بدء سريان إحساس بالثقة والانفتاح.

وفي معظم الأحيان، تكون أفضل الأسئلة هي الأسئلة ذات النهايات المفتوحة التي لا يمكن الإجابة عليها بمجرد قول نعم أو لا، كما يجب ألا تكون الأسئلة متضمنة لأحكام معينة، وألا تكون قائمة على أساس وجهة نظر الصحفي، إنه الفارق بين صيغة السؤالين التاليين "ما هو رأيك في هذا؟" و"ما الذي كنت تتصوره؟"

وإذا كان من المهم أن يسأل الصحفي أسئلة جيدة، فمن المهم أيضاً أن يكون هادئاً وأن يتيح مجال الحديث للشخصية التي يقابلها، إن أفضل من يجرون المقابلات الصحفية هم الذين يجيدون الاستماع، وغالباً ما يحصلون على أهم المعلومات بالتزام الصمت، وما يستمعون إليه قد يؤدي بهم إلى إثارة تساؤلات أخرى لم تخطر على بالهم.

ويحكي لنا روبرت سيغال الذي يعمل بهيئة الإذاعات العامة في العاصمة واشنطن، حكاية مقابلة أجراها مع دبلوماسي تركي في أعقاب إطلاق مواطن تركي النار على البابا يوحنا بولس الثاني وإصابته في روما، كان سؤاله الأول يقول "هل تعرف أي تفاصيل عن الرجل محمد على أغشا، أين كان يقيم في إيطاليا، وما الذي كان يفعله هناك، وما هو نوع التأشيرة التي حصل عليها من إيطاليا؟" وكانت الإجابة على كل تلك الأسئلة كلمة واحدة هي: لا، وبعد عدة محاولات صمت سيغال وكاد يفقد الأمل، لولا أن الدبلوماسي التركي اخترق الصمت بقوله "... باستثناء أنه أشهر قاتل أدين في تركيا، وأنه هرب من السجن بعد اغتيال رئيس التحرير في إحدى صحفنا الكبرى"، ويقول سيغال إنه كاد يخسر موضوعاً مهماً بتوجيه أسئلة دقيقة جداً، وأدرك أنه كان من الأفضل أن يبدأ المقابلة بسؤال يقول: "حدثني عن هذا الرجل".

ويستطيع الصحفيون إجراء مقابلاتهم إما وجهاً لوجه، أو عبر الهاتف، أو على الإنترنت بالبريد الالكتروني أو بالرسائل الفورية، وكل أسلوب من تلك الأساليب له مميزاته وعيوبه، فالمقابلات التي تجرى وجهاً لوجه تعطي المراسل الصحفي إحساساً كاملاً بالشخص الذي يقابله، من خلال ما يراه من صور أو لوحات معلقة على الجدران، أو تنظيمه أو إهماله لمكتبه، ونوعية الكتب الموجودة في المكتبة، كما أن اللقاء وجهاً لوجه يمنح المراسل الصحفي قدرة الحكم على مصداقية الشخص بناء على تصرفاته، هل يبدو عصبياً أم هادئاً؟ وهل هو على استعداد للنظر مباشرة في عيني المراسل الصحفي؟

أما كرستوفر (شيب) سكانلان، وهو مدير ورشة عمل في الكتابة الصحفية بمعهد بوينتار أحد معاهد تدريس الصحافة بالولايات المتحدة، فيحكي حكاية إجراء مقابلة مع سيدة فقدت زوجها بعد إصابته بالسرطان، اصطحبته السيدة في جولة داخل منزلها، وفي غرفة النوم قالت له "إنني في كل ليلة أضع قليلاً من العطر الذي كان يستخدمه زوجي فوق الوسادة، لكي أتصور أنه ما زال معي"، هذه التفاصيل يستطيع القارئ أن يستشعرها وربما يستنشق عبيرها، وهو ما لم يكن من الممكن أن يعرف سكانلان عنه أي شيء لو كان أجرى المقابلة عبر الهاتف أو الإنترنت.

أما بالنسبة للمقابلات التي تجرى عبر الهاتف فإنها تستغرق وقتاً أقل، وبعض المراسلين الصحفيين يجدون أنها أسهل للحصول على نقاط معينة حينما لا يكون مهماً بالنسبة لهم أن تلتقي أعينهم بعيون الشخصيات التي يقابلونها، كما يكون بمقدورهم طبع ملاحظاتهم على الكمبيوتر أثناء المقابلة.

أما إجراء المقابلات عبر البريد الالكتروني فإنها تكون مفيدة في التواصل مع المقيمين في أماكن بعيدة، لكن المراسل الصحفي لا يستطيع الإنصات إلى ما يقال ومتابعته "وقت حدوثه"، وبالنسبة لإجراء المقابلات عبر الرسائل الالكترونية الفورية فإنها تشبه المقابلات الهاتفية، لكن كلاً من الأسلوبين المستخدمين في إجراء المقابلات عبر الإنترنت يثيران تساؤلات حول ما إذا كان الشخص الذي تجرى معه المقابلة هو بالفعل الشخص المطلوب أم لا.

ونظراً لتلك الهواجس، فإن صحيفة فيرجينيان بايلوت التي تصدر في مدينة نورفوك بولاية فيرجينيا، وضعت قاعدة لغرفة الأخبار التابعة لها تتعلق بإجراء المقابلات عبر الإنترنت، وتنص تلك القاعدة على ما يلي: "في حالة نقل تصريحات عن طريق إجراء اتصالات الكترونية عبر الإنترنت، يجب أن نتأكد من أن الاتصال حقيقي، إذ إنه من السهل تزييف عنوان الكتروني أو إجراء الاتصال بانتحال شخصية شخص آخر، إن الإنترنت لا يمكن السيطرة عليها كما هو الحال بالنسبة

لوكالات الأنباء (مثل رويترز أو الأسيوشيتدبرس)، فالخدع ممكن أن تأتي من أي مكان".

والمراسلون الصحفيون الذين يستخدمون البريد الالكتروني أو آي شكل آخر من أشكال الاتصالات عبر الإنترنت، عليهم أن يتبعوا المواصفات القياسية لممارسة المهنة مثلما يفعلون عند استخدام أي شكل آخر من أشكال الاتصالات، فعليهم أن يعرّفوا أنفسهم كصحفيين، وأن يصرحوا بالمعلومات التي يريدون الحصول عليها والسبب في ذلك، كما يجب عليهم تطبيق أسلوب التحري عن الحقائق واستخدام مهارات التفكير التي يطبقونها على أي مصدر آخر من مصادر المعلومات.

وبغض النظر عن الطريقة التي يجرون بها مقابلاتهم، فإن المراسلين الصحفيين عادة تكون لديهم بعض الأسئلة التي يدخرونها حتى نهاية المقابلة، فهم أولاً، قد يلخصون الحوار للضيف للتأكد من أنهم فهموا بدقة ما قيل لهم، ثم يسألون إن كان الضيف يود إضافة أي شيء آخر، وكذلك يسألون عن أنسب وسيلة لمعاودة الاتصال بالضيف، خاصة بعد أوقات العمل الرسمية، ويوجهون الشكر للشخص الذي أجروا معه المقابلة على ما منحهم من وقته، وكثير من الصحفيين يكون لديهم سؤال أخير يوجهونه في نهاية كل المقابلات وهو "مع من يجب على أن أتحدث أيضاً عن هذا الموضوع؟"

المؤتمرات الصحفية :

المؤتمر الصحفي هو أحد أشكال الحديث الصحفي، والحديث الصحفي هو فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وهو حوار قد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية.

والحديث الصحفي قد يجرى مع شخص واحد.. وهو الشكل الغالب على الأحاديث الصحفية، وقد يجرى مع عدة أشخاص كما هو الأمر في الاستفتاء

الصحفي، والحديث الصحفي قد يجريه محرر واحد، وهو الأمر الغالب في الأحاديث الصحفية أيضاً، وقد يجريه عدة محررين كما هو الشأن في المؤتمر الصحفي.

والحديث الصحفي فن مستقل بذاته ولكن هذا لا يمنع أن يكون أداة لجمع معلومات أو للحصول على خبر صحفي، أو أن يكون جزءاً من تحقيق صحفي، فالحصول على الغالبية العظمى من الأخبار يتم عن طريق المقابلات التي تعقد مع مصادر الأخبار، ولكن هناك فرق كبير بين إجراء مقابلة للحصول على خبر، وبين إجراء مقابلة للحصول على حديث صحفي وبين إجراء مقابلة لعقد مؤتمر صحفي.

فالخبر يستهدف بالدرجة الأولى الإجابة على سؤال: ماذا؟ أما الحديث الصحفي يستهدف الإجابة على سؤال: لماذا؟ في حين أن المؤتمر الصحفي يستهدف الإجابة على السؤالين السابقين بالإضافة إلى سؤال: كيف؟ وسؤال: متى؟ وسؤال: أين؟ وغيرها من الأسئلة.

والمؤتمر الصحفي عبارة عن لقاء منظم، يجري إعداده من قبل هيئة من الهيئات أو جهاز من الأجهزة أو مؤسسة من المؤسسات العامة أو الخاصة، أو من الدول، أو من قبل الأفراد أنفسهم لإطلاع مندوبي الصحف والإذاعات ووكالات الأنباء والتلفزيون على مجريات الأحداث الهامة.

والمؤتمر الصحفي هو عبارة عن اجتماع بين الصحفيين من جانب وشخص أو عدة أشخاص من جانب آخر لديهم أخبار تهم الجمهور ويريدون نشرها، ويقوم الصحفيون عادة بطرح أسئلة على مقيمي المؤتمر الصحفي (صانعي الحدث).

وتختلف المؤتمرات الصحفية في أهميتها فقد تكون اجتماعاً بين شخص وعدد من الصحفيين يعدون على الأصابع وقد يكون اجتماعاً كبيراً يحضره الصحفيون من جميع أنحاء العالم.

وهناك تعريف آخر للمؤتمر الصحفي بأنه عبارة عن حديث تدلي به إحدى الشخصيات الهامة في حضور أكثر من صحفي، وذلك لشرح سياسة معينة أو

مناقشة قضية تهم الرأي العام المحلي أو الدولي أو الإدلاء بأخبار تمس حدث من الأحداث الهامة.

وبالتالي فهناك فرق كبير بين المؤتمرات الصحفية والمؤتمرات العلمية والسياسية والاقتصادية وغيرها من المؤتمرات والتي يجتمع فيها الأفراد ممن تربطهم بالمؤتمر علاقة علم أو تخصص أو مشاركة في أعماله وذلك في فترة زمنية محددة قد تكون يوماً أو يومين أو أكثر من ذلك وقد تصل إلى أسبوع أو أسابيع عديدة، حيث تدور مناقشة الموضوع الذي يعقد المؤتمر من أجله، وقد يتفرع عن هذا النوع من المؤتمرات لجان فرعية تختص كل منها بدراسة عنصر واحد من عناصر الموضوع نفسه بالإضافة إلى لجان أخرى تنظيمية، ولجان تقوم بأعمال التحرير والترجمة وغيرها، وفي نهاية المؤتمر تعقد جلسة أو جلسات ختامية لإصدار توصيات المؤتمر.

ومثل هذا النوع من المؤتمرات يكون الهدف منها هو خدمة الموضوع أو الموضوعات التي تناقشها حيث تعرض لوجهات نظر الباحثين المختلفة حول موضوع المؤتمر.

أما المؤتمرات الصحفية يكون الهدف منها الرأي العام في المقام الأول، حيث يعقد مثل هذه المؤتمرات كبار المسؤولين أو الوزراء أو الرؤساء أو الزعماء حين تكون هناك حالة عاجلة لشرح سياسة معينة أمام أكبر عدد ممكن من الصحفيين لكي تصل حقائق الموضوع إلى نسبة كبيرة من الرأي العام الذي تخاطبه الصحف والإذاعات ومحطات التلفزيون ووكالات الأنباء.

كذلك فإن الحاجة إلى عقد المؤتمر الصحفي تكون في حالة صعوبة قيام المسؤول بمقابلة كل صحفي على حدة، وهذا يحدث كثيراً أثناء زيارات الملوك أو الرؤساء أو الزعماء أو كبار الشخصيات السياسية لبعض البلاد الأجنبية حيث لا تمكنهم فترة الزيارة القصيرة أو كثرة المشاغل والأعباء من مقابلة كل الصحفيين والمراسلين الذين يطلبون تحديد مواعيد لإجراء أحاديث صحفية خاصة لصحفهم أو إذاعتهم أو وكالاتهم، عندئذ يكون المؤتمر الصحفي هو الحل الوحيد البديل.

أي أن المؤتمر الصحفي يكون مفيداً في الحالات التالية:

١- عندما تكون هناك أنباء هامة يراد إعلانها ويصعب تناولها في بيان صحفي.

٢- حينما تقتضي أهمية الموضوع إتاحة الفرصة للرد على تساؤلات الصحفيين.

٣- كلما أراد الصحفيون والمراسلون أن يلتقوا بشخصية هامة لتوجيه الأسئلة إليها حول موضوع له أهميته الكبرى في وقت معين.

وعادة ما يأخذ المؤتمر الصحفي شكل حوار يجري بين الصحفيين والمراسلين من حين والشخصية المسؤولة التي تدعو للمؤتمر الصحفي من جانب آخر، وغالباً ما يبدأ المؤتمر الصحفي بكلمة أو بيان يلقيه المسؤول ثم تعقبه مناقشة بينه وبين الصحفيين والمراسلين، حيث يرد على كل الأسئلة التي يوجهونها إليه.

وما لم يكن هذا الشخص المسؤول راغباً أو مستعداً للرد على أسئلة الصحفيين والمراسلين فلا ينبغي عقد مثل هذا المؤتمر الصحفي، فالإجابة على هذه الأسئلة جزء لا يتجزأ من المؤتمر الصحفي، ومن الضروري تخصيص الوقت الكافي لها.

أمثلة لمؤتمرات صحفية:

إن المؤتمرات الصحفية تمثل اليوم وسيلة إعلام، هامة، وجسر اتصال لا سبيل إلى إنكار فوائده بين من يملكون حق تقديم الأخبار والمعلومات والإدلاء بالبيانات وتقديم الآراء ووجهات النظر بين أجهزة الإعلام جميعاً من صحافة وراديو وتلفزيون ووكالات أنباء ممثلة في مندوبيها، ومن ثم بينهم وبين الجماهير المختلفة والرأي العام.

ومن أبرز الأمثلة على هذه المؤتمرات ما يلي:

- المؤتمر الصحفي الذي يعقده رئيس الجمهورية في مناسبة معينة من المناسبات ويحضره الصحفيون المحليين والمراسلون الأجانب.
- المؤتمر الصحفي الذي يعقده رئيسا دولتين بعد زيارة أحدهما الآخر، وفي نهاية المباحثات التي دارت بينهما، ويتناول فيه أسباب الزيارة وما تم الاتفاق عليه بين البلدين.

- المؤتمر الذي يعقد بمناسبة بدء أو انتهاء أعمال مؤتمر سياسي أو اقتصادي أو علمي، ليلقي الضوء على أعمال هذا المؤتمر العلمي وما تم التوصل إليه من نتائج.
- المؤتمر الذي يعقد على وجه السرعة، على أثر وقوع حدث سياسي أو عسكري هام أو على أثر وقوع كارثة معينة تهز مشاعر أو اهتمامات الرأي العام.
- المؤتمر الذي يعقد بمناسبة بدء احتفالات وطنية أو قومية أو تاريخية.
- المؤتمر الذي يعقد على أثر فوز الفريق الرياضي ببطولة ما، أو خروجه من التصفيات المبكرة بعد هزيمة غير متوقعة، أو هزيمة كبيرة له تسفر عن تغيير طاقم الإدارة والتدريب.
- المؤتمر الذي يعقد على إثر إجراء عملية جراحية كبيرة وفريدة من نوعها أو تجري لشخصية هامة أو قائد من القادة أو زعيم من الزعماء.
- المؤتمر الذي يعقده الزعيم الجديد الذي قام بالانقلاب الناجح أو الزعيم القديم نفسه على أثر فشل الانقلاب والقضاء عليه.
- المؤتمر الذي يعقده وزير الداخلية قبل إجراء الانتخابات العامة، وكذلك الذي يعقده بعدها لإعلان نتائج هذه الانتخابات.
- المؤتمر الذي يعقده وزير الداخلية أيضاً أو من ينوب عنه على أثر اكتشاف تنظيم سري معاد، أو عصابة دولية كبيرة، أو القبض على بعض الخارجين على القانون.
- المؤتمر الذي يعقده وزير التعليم لإعلان بعض النتائج الهامة خاصة نتائج الشهادات العامة أو الخاصة باتخاذ بعض القرارات الوزارية الخاصة التي تتصل بتعديل الدراسة أو إلغاء بعض القرارات الوزارية الهامة.
- المؤتمر الذي يعقده الوزراء كل في مجال تخصصه بعض القرارات أو إلغاء بعضها الآخر أو التي تتناول بعض الموضوعات الهامة مثل رغيف العيش، المواد

التموينية، الأدوية، العلاوات، الأرباح، القبول في الجامعات، وغيرها من الموضوعات التي تهم الرأي العام وتمس حاجاته الأساسية.

- المؤتمر الذي يعقده أحد السفراء للإعلان عن وضع جديد في بلده وإلقاء الأضواء عليه.
- المؤتمر الذي يعقده الشخص المرشح لبلد معين أو المرشح لرئاسة جهة معينة أو نقابة معينة أو غيرها.

وهناك العديد والمزيد من الموضوعات التي تعقد بصددها المؤتمرات الصحفية والتي تتناول كل جديد وهام وخطير من الأمور والأحداث والقضايا والأفكار والآراء.

أنواع المؤتمرات الصحفية:

يمكن أن نميز بين نوعين رئيسيين من المؤتمرات الصحفية حسب الزمن الذي تعقد فيه، وحسب عدد المشاركين في المؤتمر، بحيث يحتوي كل نوع على عدة أشكال وذلك على النحو التالي:

١- التقسيم الزمني للمؤتمرات الصحفية:

أ- المؤتمرات الصحفية الطارئة:

وهي التي تعقد كلما وقع حدث هام أو خطير يدعو إلى عقدها والأمثلة لدينا كثيرة.

ب- المؤتمرات الصحفية الدورية:

وهي المؤتمرات التي تعقدها بعض الرؤساء بصفة دورية، وإذا لم يتمكن الرئيس من حضورها أناب عنه وزير الإعلام أو الخارجية أو الداخلية أو المتحدث الرسمي، وهي تعقد شهرياً في الغالب.

ج- المؤتمرات الصحفية السنوية أو في المناسبات:

وهي التي تعقد كل عام وترتبط في ذلك بذكرى معينة أو لتوجيه رسالة معينة أو غيرها.

٢- تقسيم المؤتمرات الصحفية حسب عدد المشاركين فيها:

أ- المؤتمر الصحفي الفردي:

وهو الذي يتحدث فيه شخصاً واحداً، ثم يجيب هو ذاته على أسئلة الصحفيين والمراسلين.

ب- المؤتمر الصحفي الثنائي:

وهو الذي يعقد في نهاية الزيارة التي يقوم بها رئيس دولة ويحضره الرئيسان معاً، ويجيب فيه على أسئلة الصحفيين والمراسلين، كما يمكن أن يتم في شكل آخر عندما يعقده مسؤولان أو وزيران أو مرشحان.

ج- المؤتمر الصحفي الثلاثي:

وقد يكون على اثر انعقاد مؤتمر قمة صغير بين رؤساء ثلاث من الدول الصديقة أو المتنافسة، في ختام جولات من المباحثات بينهم، كما قد يتخذ شكلاً آخر كأن يكون بين ثلاث من المرشحين أو الوزراء أو المسؤولين الذين استكملوا عملاً ما.

د- المؤتمر الصحفي المشترك:

وقد يعقده رئيس أو مسؤول واحد ويدعو إلى حضوره عدداً من الوزراء المعنيين أو المسؤولين أو الذين يرتبط موضوع المؤتمر بهم وبوزاراتهم وبأعمارهم ليقوموا هم بالإجابة على الأسئلة والمشاركة في المناقشات، كما قد يشترك في عقده أكثر من حزب يمثل كل حزب منها رئيسه أو نائبه أو المتحدث باسمه، كما قد يشترك في عقده ممثلين لجهات أو منظمات أو أعضاء مؤتمر.

مضمون المؤتمر الصحفي:

تنقسم المؤتمرات الصحفية من حيث محتواها إلى ثلاثة أنواع على النحو التالي:

أ- المؤتمر الصحفي الذي يعقد حول موضوع محدد بدقة ولا يتجاوزه إلى غيره من الموضوعات، وفي هذه الحالة يتم- في الغالب- إلقاء بيان يعد بعناية بالغة من

جانب الخبراء والمستشارين، ويوم فيه بالإجابة على جميع الأسئلة التي يتوقعون طرحها من جانب رجال الإعلام، وقد يحاول أحدهم أو بعضهم معرفة أبرز اتجاهات الأسئلة- بشكل مسبق- لكي يراعي ذلك في البيان.

ثم يقوم المسؤول بالإجابة على أسئلة الصحفيين والمراسلين، بينما يكون البيان نفسه معداً وجاهزاً ليتسلمه المندوبون عقد انتهاء المؤتمر الصحفي.

ب- المؤتمر الذي يعقد دون إعداد بيان وإنما يفتح فوراً باب الأسئلة والاستفسارات التي تدور كذلك حول موضوع محدد وهو الشكل الذي تتم فيه أغلب المؤتمرات الطارئة.

ج- المؤتمر الذي لا يعقد حول موضوع محدد، وأغلب هذه المؤتمرات من تلك التي تعقدها نجوم الأدب والثقافة والسينما والمسرح ومن إليهم، حيث تتناول سبب وجود الشخص، ونشاطه الفني أو الأدبي أو الثقافي، وحياته الخاصة، وما إلى ذلك كله من موضوعات مختلفة تماماً عن موضوعات النوعين السابقين.

استعدادات المراسل أو المندوب الصحفي:

- من الضروري أن يستعد المراسل الصحفي للمؤتمر عن طريق جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات عن موضوع المؤتمر الصحفي وعن شخصية المتحدث كذلك.
- وفي المؤتمر الصحفي لا يملك المراسل أو المندوب الفرصة لإيجاد علاقة الألفة أو الصداقة مع المتحدث لذلك لا بد أن يحاول خلق انطباع جيد لدى المتحدث وذلك عن طريق توجيه الأسئلة المباشرة والمحددة والواضحة، فلا وقت في المؤتمر الصحفي يسمح بإعادة السؤال من جديد.
- والمراسل أو المندوب أن يلجأ بصفة عامة إلى الأسئلة القصيرة ولكن شريطة أن تحمل أكبر قدر من التساؤلات لأنه لا تتاح له فرصة أخرى لتوجيه أسئلة، وذلك لكثرة المراسلين والصحفيين الذين يحضرون مثل هذه المؤتمرات

الصحفية، ولحرص منظمي المؤتمر على إتاحة الفرصة لأكبر عدد من الصحفيين لتوجيه الأسئلة.

- ومن الضروري أن يكون لكل مراسل ومحرر صحفي زاوية محددة يتناول فيها المؤتمر الصحفي ويناقش فيها، وهي الزاوية التي تلائم سياسة صحفية أو إذاعته أو وكالته التي يمثلها ونوعية اهتماماتها وطبيعة جماهيرها.
- يجب أن يحرص كل مراسل ومندوب على ألا يقاطع زميلاً له يطرح أسئلة جيدة وفي نفس الوقت لا مانع من مقاطعة هذا الزميل إذا حاول أن يستأثر بكل الأسئلة.
- إذا كنت تريد أن تستكمل موضوعاً معيناً وقاطعك زملاؤك، فلا تخجل من أن تعود مرة ثانية إلى نفس الموضوع لاستكماله، ولا بد من أن تنصت وتنتبه إلى كل سؤال يوجه في المؤتمر الصحفي وإلى الأجوبة أيضاً فقد تجد في بعض هذه الإجابات ما يضيف إليه معلومات جديدة ويثير في ذهنك أفكار أخرى قد تخدم موضوعك.
- في المؤتمرات الصحفية التي يحضرها عدد كبير من المراسلين والصحفيين غالباً لا تتاح فيه فرصة توجيه الأسئلة لكل الحاضرين ولكن لعدد قليل منهم، فليس من الضروري في مثل هذه المؤتمرات أن يسأل كل صحفي، بل يجب على بقية الصحفيين والمراسلين الذين لم تتح لهم فرصة توجيه الأسئلة أن ينصتوا جيداً الأسئلة والأجوبة ويسجلونها.
- في بعض الحالات يقوم الشخص الذي ينظم المؤتمر الصحفي بوضع عدد من أصدقائه المراسلين والصحفيين في الصف الأول ومعهم أسئلة متفق عليها مسبقاً، وقد يزيد على ذلك بأن يمتنع عمداً عن الإذن بالحديث وتوجيه الأسئلة إلا لأصدقائه فقط أو الذين يظهرون ميلاً إلى طرح الأسئلة السهلة، والصحفي الماهر يجب ألا يخضع لهذا الترتيب، وعليه أن يفرض على منظم المؤتمر الصحفي أن يتيح له فرصة طرح أسئلته سواء كان عن طريق الإلحاح في طلب السؤال أو عن طريق مقاطعة الزملاء الموالين للمتحدث.

- من حق المراسل أو الصحفي أن ينشر الأسئلة التي وجهها بنفسه أو تلك التي وجهها غيره من المراسلين والصحفيين وله أن يذكر أسماء هؤلاء الزملاء والأجهزة التي يمثلونها وله ألا يفعل ذلك، ولكن ليس من حقه أن ينسب الأحوال والأسئلة كلها إلى نفسه.

البناء الفني لمحتوى المؤتمر الصحفي:

يعتبر قالب "الهرم المقلوب المتدرج" هو أصلح القوالب الفنية لكتابة المؤتمر الصحفي، حيث أنه يكمن الوسيلة الإعلامية من إبراز أهم الأخبار والآراء التي قيلت في المؤتمر، ويساعد في تلخيص الكثير من وقائع المؤتمر من ناحية، وإبراز نص بعض الأقوال الهامة للمتحدث من ناحية أخرى وذلك في متن ومحتوى المؤتمر الصحفي.

كما أن ترتيب فقرات المؤتمر الصحفي والمزاوجة بين التلخيص والأقوال المقتبسة يتم حسب أهمية كل منها بالنسبة لسياسة الوسيلة الإعلامية واهتمامها بحيث تبدأ بالأكثر من أهمية ثم بالمهم ثم بالأقل أهمية وهكذا حتى نهاية المؤتمر الصحفي.

١- أهم وقائع المؤتمر.

٢- أهم الآراء التي قيلت في المؤتمر.

٣- أقوال مقتبسة.

٤- تلخيص أقوال مقتبسة.

٥- تخليص أقوال مقتبسة.

٦- تلخيص

٧- أقوال مقتبسة.

الجوانب التنظيمية للمؤتمر الصحفي:

هناك بعض الجوانب التنظيمية التي يجب مراعاتها عند عقد المؤتمر الصحفي وهي:

١- موضوع المؤتمر الصحفي: لا بد أن يكون موضوع المؤتمر من الموضوعات الهامة والحيوية كذلك من موضوعات الساعة التي تتابعها الجماهير في كل مكان أو في منطقة بعينها، وأن يكون هذا الموضوع محل اهتمام الرأي العام أو له صلة به.

٢- شخصية المتحدث: من المهم أيضاً أن يكون المتحدث في المؤتمر الصحفي من الشخصيات البارزة التي لها جماهيرية كبيرة أو الشخصيات التي ترتبط أحداث معينة في أوقات معينة.

ومن المهم أيضاً في المتحدث أن يكون من اللباقة والذكاء والخبرة ما يمكن من التعامل مع المراسلين والصحفيين والذين يبحثون عن كلمة معلومة لها أهميتها أو دلالاتها.

لا بد أن تكون لدى الشخصية معلومات كثيرة يقدمها للصحفيين ولديه القدرة للإجابة على كافة التساؤلات التي يطرحها رجال الإعلام وفي نفس الوقت حريص ومتفهم لكل أقواله.

٣- وقت المؤتمر الصحفي: من المهم أن يكون الوقت الذي سوف يعقد فيه المؤتمر وقتاً مناسباً لغالبية رجال الإعلام، حتى يمكن حضوره من جانب أكبر عدد منهم، وإن كانت هناك بعض الحالات التي لا بد أن يكون فيها الوقت مناسباً للمسؤول أو الشخصية المتحدثة وعلى رجال الإعلام أن يعدوا أنفسهم ذلك.

٤- مكان المؤتمر الصحفي: من المهم أن يكون المكان الذي سوف يعقد فيه المؤتمر معداً ومجهزاً لكل المتطلبات اللازمة من كهرباء وميكروفونات ومقاعد وغيرها من التجهيزات.

كذلك لا بد أن يكون المكان مناسباً من حيث عدد الحاضرين من المراسلين والصحفيين فلا يكون كبيراً جداً بحيث يبدو المراسلون مكانهم قلة قليلة ولا يكون صغيراً بحيث يكتظ بالناس.

٥- إعلان عن المؤتمر الصحفي: لا بد أيضاً من الإعلام عن المؤتمر واسم المتحدث والموضوع الذي يتحدث فيه ومكان المؤتمر ووقته وذلك قبل عقد المؤتمر بفترة كافية، حتى يمكن المراسلين والصحفيين التوجه إلى مقر المؤتمر.

٦- توجيه دعوات: في بعض الحالات يتم توجيه دعوات خاصة إلى رؤساء تحرير أو مراسلين أو مندوبين بشكل معين أو إلى كلهم، متضمنة هذه الدعوات موعد ومكان المؤتمر واسم الضيف أو المتحدث وطبيعة الموضوع الذي يتحدث فيه.

٧- الترجمة الفورية: لا بد أيضاً من توفير خدمة الترجمة إلى أكثر من لغة وذلك لتسهيل عملية التفاعل بين المتحدث وغيره من المراسلين الذين يتحدثون بلغة أو لغات أخرى.

٨- اعتبارات خاصة بتنظيم الأسئلة: حيث يراعى توفير فرصاً لأكبر عدد ممكن من المراسلين والصحفيين على حد سواء دون تحيز لطرف أو شخص على سحاب الآخرين وهذا يعني أن يخصص وقتاً كافياً في المؤتمر حتى يمكن أن يستوعب أكبر قدر من الأسئلة، كما يراعى ترتيب الأسئلة بما يسمح للجميع الاستفادة بكل سؤال وجوابه.

٩- توزيع بعض الأوراق على المراسلين والصحفيين: ففي بعض الحالات يمكن توزيع بعض المطبوعات المتعلقة بالمؤتمر إذا كانت طبيعة الموضوع تستدعي ذلك، كأن تحتوي على أرقام إحصائية أو نسب مئوية أو رسوم بيانية أو غير ذلك من البيانات والمعلومات، وأحياناً تقدم هذه المطبوعات قبل بدء المؤتمر إذا اتسع الوقت وأحياناً تسلم انتهاء المؤتمر الصحفي.

الفصل التاسع

الحملة الصحفية

الحملة الصحفية ليست فناً من فنون التحرير الصحفي وإنما هي فن استخدام فنون التحرير الصحفي المختلفة في تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة من أجله.

فقد تبدأ الحملة الصحفية بخبر ثم تتطور إلى تقرير صحفي ثم إلى تحقيق صحفي وقد يجذب الموضوع عدداً من كتاب المقالات في الصحيفة حتى يتحول إلى حملة صحفية وعندما يتحول إلى حملة صحفية لا يصبح فناً قائماً بذاته من فنون التحرير الصحفي وإنما هو فن توظيف فنون التحرير الصحفي لخدمة موضوع الحملة.

فالحملة الصحفية ليست سوى شكل من أشكال الاستخدام الجيد لفنون التحرير الصحفي.

وعلى هذا الأساس فالحملة الصحفية قد تأخذ شكل الأخبار الصحفية وقد تأخذ شكل الأحاديث الصحفية وقد تأخذ شكل التحقيقات الصحفية أو المقالات الصحفية أو التقارير الصحفية بل وقد تأخذ كلها معاً، وقد تتضمن أيضاً الرسوم والصور الفوتوغرافية والكاريكاتير وبقية الفنون الصحفية الأخرى.

لم يعد يكفي الفرد أو المؤسسة أو المجتمع أن يعتمد على نبل أفكاره وسمو أهدافه لكي يضمن قبولها من الآخر، وإنما أصبحت القدرة على تسويقها هي نقطة الارتكاز، وإذا كان مفهوم التسويق قد ارتبط لفترات طويلة ولا يزال بالأنشطة التجارية من سلع وخدمات فقد شهد العالم مؤخراً اتجاهاً متنامياً اصطلح على تسميته بالتسويق الاجتماعي والذي يعني من بين ما يعني تصميم وتنفيذ برامج مخططة تستهدف زيادة- نسبة- تقبل أفكار اجتماعية أو اكتساب عادات وسلوكيات معينة من قبل الجماهير المستهدفة وذلك باستخدام أساليب واستراتيجيات التسويق التجاري، وقد تزايد تطبيق هذا المفهوم واستراتيجياته في العديد من المجالات السياسية والاجتماعية ومنها (الصحة، رعاية الطفولة، التعليم،

تنظيم الأسرة، الإرشاد الاجتماع، حماية البيئة، مكافحة السلوكيات السلبية، قضايا المرأة وغيرها من المجالات الاجتماعية).

ولعله من المفيد أن نعرف غايات التسويق الاجتماعي:

١- الوعي: مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب الوعي بالقضية.

٢- المعرفة: معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب خبرات متنوعة والتزود بفهم لأساس للقضية.

٣- الاتجاهات: معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من القيم والاهتمام بالقضية وحوافز المشاركة الايجابية في حل مشكلاتها أو زيادة عوائدها.

٤- المشاركة: إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات للمشاركة النشطة على كافة المستويات إزاء القضية.

مفهوم الحملة الإعلامية:

تتفق الآراء والممارسات على أن الحملة الإعلامية هي الاستخدام المخطط لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية والأساليب الإبتكارية لحث المجتمع عامة وبعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة أو أفكار وتبنيها ودعمها وذلك باستخدام إستراتيجية أو أكثر من خلال جهود متواصلة في إطار زمني ممتد ومحدد.

مفهوم الحملة الصحفية:

انطلاقاً من المفهوم الشامل للحملة الإعلامية وإدراكاً لطبيعة الإطار الوسائلي المحدد ألا وهو الصحافة فان مفهوم الحملة الصحفية يمكن تحديده بأنه سلسلة من الجهود المتواصلة التي تستخدم كافة الفنون والقوالب الصحفية المتاحة والمستحدثة التي تصنع قضية ما على أجندة الرأي العام بهدف إثارة الاهتمام بها وقبولها وتبنيها ودعمها في إطار زمني ممتد ومحدد.

ومثل هذا المفهوم له مزايا تختلف عن غيرها من المفاهيم من أهمها:

١- التركيز:

وذلك لوجود فكرة محورية وغاية واضحة المعالم بما يمكننا من تحديد محاور أساسية.

٢- التنوع:

من حيث الأشكال الصحفية سواء على مستوى المطبوعة ذاتها أو المطبوعات ككل بما يضمن الوصول إلى شرائح مختلفة من المجتمع.

٣- الامتداد الزمني:

فقد تمتد الحملة إلى فترات تزيد عن عام مما يضمن اهتمام الجمهور المستهلك بها.

٤- إمكانية القياس القبلي والمرحلي والنهائي لفاعلية الحملة.

وظائف الحملة الصحفية:

لم يعد يكفي الفرد أو المؤسسة أو المجتمع أن يعتمد على نبل أفكاره وسمو أهدافه لكي يضمن قبولها من الآخر، وإنما أصبحت القدرة على تسويقها هي نقطة الارتكاز، وإذا كان مفهوم التسويق قد ارتبط لفترات طويلة ولا يزال بالأنشطة التجارية من سلع وخدمات فقد شهد العالم مؤخراً اتجاهاً متنامياً اصطلح على تسميته بالتسويق الاجتماعي والذي يعني من بين ما يعني تصميم وتنفيذ برامج مخططة تستهدف زيادة- نسبة- تقبل أفكار اجتماعية أو اكتساب عادات وسلوكيات معينة من قبل الجماهير المستهدفة وذلك باستخدام أساليب واستراتيجيات التسويق التجاري، وقد تزايد تطبيق هذا المفهوم واستراتيجياته في العديد من المجالات السياسية والاجتماعية ومنها (الصحة، رعاية الطفولة، التعليم، تنظيم الأسرة، الإرشاد الاجتماع، حماية البيئة، مكافحة السلوكيات السلبية، قضايا المرأة وغيرها من المجالات الاجتماعية).

ولعله من المفيد أن نعرف غايات التسويق الاجتماعي:

١- الوعي:

مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب الوعي بالقضية.

٢- المعرفة:

معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب خبرات متنوعة والتزود بفهم لأساس للقضية.

٣- الاتجاهات:

معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من القيم والاهتمام بالقضية وحوافز المشاركة الايجابية في حل مشكلاتها أو زيادة عوائدها.

٤- المشاركة:

إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات للمشاركة النشطة على كافة المستويات إزاء القضية.

٥- تعبئة الرأي العام مع سياسة معينة أو قانون معين أو قرار معين أو اتجاه معين أو فكرة معينة أو تعبئة ضد هذه السياسة أو ضد هذا القانون أو الفكرة.

٦- تنظيف المجتمع من الفساد وألوان الانحراف المختلفة.

مدخلات الحملة :

ينبغي أن نتفق على توفير قاعدة من المعلومات الموثوق بها والمحللة تحليلاً دقيقاً فهي المدخل الحتمي لضمان تخطيط حملة متكاملة فاعلة ومؤثرة وهذه المعلومات في إجمالها تحقق ما نسميه تحليل الموقف من خلال نموذج SWOT وهو ما يضمن لنا التعرف على نقاط القوة والضعف وكذلك الفرص المتاحة ومعها المخاطر والمخاوف، ويمكن أن نحدد هذه المعلومات من خلال التساؤلات التالية:

١- أي فئة أو فئات نخاطبها وما هي خصائصها الديموغرافية والنفس الاجتماعية ؟

٢- ما هي الانطباعات وطبيعة الاتجاهات الموجودة مسبقاً لدى المتلقي نحو الفكرة المستهدفة ؟

٣- ما هي العوامل المساندة أو المعوقة لتقبل الفكرة المستهدفة لدى المتلقي ؟

٤- ما هي المداخل العقلية والوجدانية للدخول إلى المتلقي ؟

٥- ما هي طبيعة الممارسات السابقة في هذا الصدد ؟

٦- ما هي الأدلة المعززة لضمان زيادة درجة تقبل الفكرة المستهدفة ؟

٧- ما هو مستوى النبرة ونوعية الخطاب المستخدمين Discourse ؟

العناصر الأساسية الواجب توافرها لإدارة الحملة الصحفية :

هناك مجموعة من العناصر التي يجب توفيرها لإدارة الحملة الصحفية وهي:

١- قضية الحملة:

أي أن تكون هناك قضية محل احتياج واهتمام الناس.

٢- الجمهور:

ضرورة وجود جمهور له مصلحة مباشرة في القضية التي يتم الدفاع عنها، أو تغييرها.

٣- الموارد:

يجب توفير الموارد البشرية والمادية ومصادر المعلومات الأساسية.

٤- الرسالة:

دقة ووضوح حملة التغيير واعتمادها على حقائق ومعلومات صحيحة مع مراعاة تعدد صياغات الرسالة وفقاً للجمهور الذي يتم مخاطبته.

٥- الجهات المستهدفة:

من الضروري التحديد الدقيق للجهات المستهدفة من الدعوة والتي بيدها صناعة واتخاذ القرارات أو التأثير على صانعي ومتخذي القرار.

٦- حسن اختيار القائمين لتوصيل الرسالة:

من حيث مدى ملائمتها للجمهور الذي يتم مخاطبته ونوع الوسيلة المستخدمة.

قوة الحملة الصحفية:

تكمن قوة الحملة الصحفية في مجموعة من النقاط هي:

١- القوة المادية:

الموارد المالية، مصادر التمويل، حجم المؤيدين، الحلفاء، الكفاءة التنظيمية، الخبرة الفنية، الخبرة السياسية، شبكة العلاقات، المرجعية الدولية.

٢- الثقل في الواقع:

الإيمان بالقضية، موضوع الحملة يمس قطاعات عريضة من الجماهير، قانونية الكيان، الجماعة، عدالة ومشروعية موضوع الحملة، الثقة، المصداقية، الانتشار.

٣- كفاءة وفاعلية التغيير:

جمع وتحليل وتدقيق المعلومات والإلمام بالموضوع، الإعداد والصياغة الواضحة والدقيقة للمعلومات والمقترحات المساندة، اختيار التوقيت الملائم، إدارة الموارد المتاحة بكفاءة، التعرف على إمكانية وقدرات وموقف الأطراف الأخرى ذات الصلة أو المستهدفة، القدرة على تنويع الاستراتيجيات والأنشطة تبعاً لما يستجد.

أنواع الحملات الصحفية:

❖ الحملة الصحفية المخططة:

وهذه الحملة يخطط لها جهاز التحرير في الصحيفة ويشرك فيها عدد من محرري وكتاب الصحيفة ويدعمها بالوثائق والأدلة والدراسات والأبحاث و لا تبدأ هذه الحملة إلا بعد أن تستكمل الصحيفة إعدادها إعداداً كاملاً للنشر.

❖ الحملة الصحفية المفاجئة:

وهي الحملة التي تقوم بدون إعداد مسبق والتي يفرضها تطور الأحداث في المجتمع فقد ينشر خبر صغير تمسك الصحيفة بأحد خيوطه وتظل تتابعه في مجموعة من الأخبار المتتالية حتى ينفجر الموضوع في حملة صحفية تهز المجتمع كله.

عناصر الحملة الصحفية :

تقوم الحملة الصحفية على ثلاثة عناصر لا بد أن تتكامل وتتفاعل لكي تحقق الحملة الصحفية أهدافها وهذه العناصر هي:

١- موضوع الحملة:

يجب أن يكون قضية أو مشكلة تهم الرأي العام وتمس مصالح الشعب في نفس الوقت.

٢- هدف الحملة:

لابد أن يكون هدف الحملة واضحاً ومحدداً من البداية بحيث يصبح من السهل على القارئ العادي أن يستوعبه لأن عدم وضوح هدف الحملة قد يؤدي إلى بلبلة الرأي العام وعد اقتناع القارئ بموقف الصحيفة.

٣- جمهور الحملة:

من الضروري أن تنجح الصحيفة في إشراك الرأي العام في تبني القضية أو المشكلة أو الرأي التي تطرحه الصحيفة في حملتها الصحيفة بحيث تنجح في أن تجعل الرأي العام يتحمس للقضية وبذلك يشكل الرأي العام قوة ضاغطة تساعد الصحيفة على تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة الصحفية من أجله.

وهناك عناصر أخرى للحملة الصحفية منها :

- تحليل الموقف.
- تحديد وتأهيل القائمين بالاتصال.
- تحديد الأهداف بمستوياتها المختلفة.
- تحديد الفكرة المحورية.
- تحديد الرسائل المطبوعة وفق معايير تتناسب وأهداف الحملة.
- تحديد المداخل الاقناعية.
- تحديد الأشكال والقوالب الفنية.
- تحديد أساليب التقييم لفعالية الحملة.

خطوات إدارة الحملة الصحفية :

من أجل الوصول إلى مبتغى الحملة الصحفية يجب على إدارة الحملة وضع عدد من النقاط في عين الاعتبار والتي تتضمن:

١- وضع رؤيا تجاه القضية:

أي وضع تصور حول الوضع الأفضل بعد فترة زمنية أو بعد إنجاز الحملة.

٢- تحليل المشكلة:

ويتم من خلال القدرة على إيجاد تفسيرات لأي ظاهرة أو موقف أو حالة أو مشكلة من خلال ربط الأسباب بالنتائج في محاولة لوضع تصورات وحلول للتطوير والتنمية مع مراعاة إدراك أن العلاقات متداخلة ومركبة، وإدراك الأبعاد المختلفة للمشكلة، والابتعاد عن التفسيرات سابقة التجهيز.

٣- وضع الأهداف:

يراعى عند وضع الأهداف أن تكون مرتبطة بحلول (القضية)، إذ تقسم الأهداف إلى:

- الأهداف العامة طويلة المدى: وهي الإجراءات والقرارات المحددة التي تسعى لتحقيقها على المدى الطويل (في السياسات أو القانون... الخ) والتي تخاطب الأسباب الرئيسة للمشكلة، وهو ما نسعى إلى تحقيقه في فترة طويلة نسبياً.
- الأهداف الخاصة قصيرة المدى: وهي إعادة بلورة أهداف مشتقة من الأهداف طويلة المدى ولكنها قابلة للتنفيذ خلال مدة زمنية قصيرة نسبياً.

ومن المهم أن تكون الأهداف محددة (أي معرفة ماذا نريد عمله بالضبط)، وقابله للقياس (أي معرفة التغيير المطلوب إحداثه بالأرقام أو النسبة المئوية)، وقابلة للتحقيق، وذات صلة بالموضوع، ووضع توقيت محدد (أي التحديد بوضوح متى نريد التغيير أن يحدث).

٤- تحديد الشركاء والمتحالفين:

حلفاء وشركاء حملة التغيير هم الأفراد أو المؤسسات أو الهيئات التي تساند القضية، التي تقوم بها حملة التغيير، وهم أيضاً المستعدون للتعاون في تنفيذ أجزاء

من أنشطة حملة التغيير وتكتسب الشراكة وبناء التحالفات أهمية خاصة جداً في حملات الدعوة للتغيير، لما لها من تأثير مباشر على نجاح الحملة وتحقيق أهدافها.

٥- تحديد من هم المعارضون:

من الممكن أن يكون المعارضون من أفراد أو مؤسسات أو هيئات ولهم تأثير مضاد للحملة، أو من الذين سوف تتأثر مصالحهم سلباً من وراء تحقيق نتائج الحملة.

٦- وضع الاستراتيجيات (وسائل العمل والأنشطة):

الاستراتيجيات والأنشطة هي الأساليب التي تستخدم في عملية الحملة للتغيير وتوظيف الموارد والقدرات المتاحة بالشكل الأمثل في ظل بيئة سياسية سائدة للتأثير على السياسات العامة، إذ يتم تحديد الاستراتيجيات والأنشطة في ضوء:

- أهداف القائمين بالحملة وأولوياتهم.
- الجماعات المستهدفة.
- طبيعة العملية السياسية.
- الموارد المتاحة والشركاء والمعارضون.

ويمكن وضع الاستراتيجيات على أساس:

أولاً- طبيعة التحرك:

إستراتيجية متجهة ـــ إستراتيجية تعاونية

متجهة إلى أعلى ـــ إلى أسفل

وتركز على صانعي القرار وبناء شبكة العلاقات تتيح الوصول إلى صانعي القرار.

تعتمد على الجماعات القاعدية والناس وكيانات المجتمع المدني وبناء التحالفات بينهم.

ثانياً- اتجاه التحرك:

- إستراتيجية.
- إستراتيجية توجيهية.
- إستراتيجية تثقيفية.

- إستراتيجية تشريعية.
- إستراتيجية احتجاجية.

ولكي تكون الإستراتيجية فاعلة يجب وضع الأنشطة الملائمة للتأثير على الأطراف المستهدفة ومن المهم أن تتميز بالمرونة والإبداع وأن تكون موجهة لهدف محدد.

أشكال الأنشطة الإستراتيجية:

١- تقديم المعلومات الدقيقة والصحيحة حول قضايا مختلفة لصانعي القرار، باستخدام الأدوات الإعلامية المختلفة، برامج، مقالات، تقنيات صحفية، كاريكاتير وغيره.

٢- لفت انتباه الأجهزة التنفيذية بضرورة تطبيق القانون (البيئة- عمالة الأطفال- الزواج المبكر).

٣- إقامة علاقات شخصية وثيقة مع صانعي القرار.

٤- مساندة نواب في البرلمان أو كتل برلمانية بالمعلومات أو الخبرة في وضع إستراتيجية أو في اتخاذ القرارات خاصة ببعض السياسات أو تقديم الحجج القوية الداعمة لمواقفهم.

٥- تقديم المعلومات الموثقة للمساعدة في تقديم استجوابات في البرلمان.

٦- استقبال وعرض اعتراضات وشكاوي الجمهور على مستويات مختلفة.

٧- البحث والدراسات والتقارير التي تؤيد القضية.

٨- تنظيم مؤتمرات صحفية.

٩- توعية الجمهور ونشر المعلومات الخاصة بالقضية من خلال اختيار الوسائل المناسبة.

كيفية تطبيق الحملات الصحفية:

تتحدد في البداية وبكل دقة ووضوح عناصر الحملة، ومن ثم يتم صياغة رسالة الحملة للموضوع، على أن تكون الرسالة واضحة وموجزة ومختصرة بحيث يمكن توصيلها إلى الجهات المستهدفة، ومن الضروري اختيار إستراتيجية للحملة الصحفية، ثم تحديد التكتيكات الخاصة التي سيتم استخدامها في الحملة، مثل

أن يتم تقرير الآليات المختلفة للحملة الإعلامية، وضع تصور واضح لمصادر المعلومات المطلوبة للبدء في الحملة، بعدها يتم البدء في تنفيذ الإستراتيجية وذلك من خلال القيام باستخدام وسائل فعالة واضحة ومحددة ومناسبة للجمهور المستهدف، أخيراً القيام بعملية متابعة وتقييم دوري للحملة الصحفية[1].

عوامل نجاح الحملة الصحفية:

- الإعداد المسبق للحملة عن طريق جمع أكبر كمية من المعلومات والبيانات والتفاصيل والأدلة الكافية لإقناع الرأي العام، وفي الحملات الصحفية المفاجئة لابد أن تسرع الصحيفة أيضاً بجمع المعلومات والأدلة الكافية لتدعيم موقف الصحيفة.
- المتابعة المستمرة للموضوع وعرض جوانبه المتعددة وتحليل فرعياته فلو تكاسلت الصحيفة عن متابعة الحملة الصحفية عن متابعة الحملة الصحفية لفقدت حيويتها وفقدت بالتالي تأثيرها على الرأي العام.
- أن تفسح الصحيفة صدرها للرأي الآخر وتمنحه فرصة الرد على الاتهامات الموجهة إليه لأن ذلك سوف يكسبها احترام القراء ويزيد من ثقتهم في صحة موقف الصحيفة وشجاعتها الأدبية.
- أن تجند الصحيفة كل إمكانياتها لإنجاح الحملة الصحفية فتشرك فيها أبرز محرريها وكتابها الكبار.
- الالتزام بالموضوعية واحترام الخصم وعدم توجيه الاتهام بدون أدلة كافية وعدم الدخول في المهاترات وعدم الإساءة إلى الأبرياء[2].

---

(١) إعداد الحملات الصحفية أ.د. سامي عبد العزيز- أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام- جامعة القاهرة

(٢) فن الكتابة الصحفية للدكتور فاروق أبو زيد.

الفصل العاشر

التحرير الصحفي في عصر الإعلام الرقمي

يعتبر التحرير الصحفي علم وفن في آن واحد، فهو علم يدرس القواعد والأسس التي تنظم عملية الكتابة وصياغة الأخبار وتقديمها للقراء، وهو فن لأنه يُظهر إبداع المحرر ومدى توفيقه في إيصال المعلومة للقارئ بشكل جذاب، نتيجة لما يقدمه له هذا العلم من قواعد وأسس وتوجيهات ومبادئ، تساعده وتوجهه في عمله.

ومع تطور وسائل الاتصال وتنوعها، ووصولها إلى كل بيت بأيسر السبل وأسهلها، وتفجر المعلومات بهذه الصورة الكبيرة، حتى غدا العالم معها قرية صغيرة، فإن التحرير الصحفي كعلم وفن ازدادت أهميته، وخصوصاً في مجتمعاتنا العربية، التي تعاني من مشاكل كثيرة على كافة المستويات والصعد، ومن نقص كبير في عدد القراء الذين يسعون وراء المعلومة، مما يحتم على المحرر الصحفي العمل على تقديم المعلومة الموثقة، التي تشد القراء إليها، والتي تزودهم بالمعرفة الصحيحة، وتساهم في توعيتهم وتنبيههم إلى ما يدور حولهم من أحداث، وتحثهم على التفاعل والاهتمام بقضاياهم وقضايا أمتهم.

وهنا تظهر حرفية ومصداقية المحرر الصحفي الذي تقع عليه مسؤولية تقديم الخبر الملفت الصادق، والذي يضع نصب عينيه أنه صاحب رسالة سامية، هدفها العمل على إنهاض الأمة، والمساهمة الفاعلة في إصلاحها وتقدمها.

لقد عرفت البشرية الإعلام عبر وسائل بسيطة، تطورت مع تطور المجتمعات، فمن دق الطبول، والنداء من الأعالي، إلى إشعال النار، إلى رجل الماراثون والحمام الزاجل، وصولاً إلى الكتابة على الجدران والورق، ومن ثم ظهور وسائل الاتصال الإعلامي الأخرى كالإذاعة والتلفزيون والأقمار الصناعية والإنترنت، ومع اختلاف هذه الوسائل وتطورها، تطور معها التحرير الصحفي وأساليبه، وبرزت إلى الوجود قواعد ونظريات تؤطر هذا العلم، وتبين أسسه التي يستند إليها.

وإذا أردنا تحديد مفهوم التحرير الصحفي وتعريفه، فيمكن لنا وصفه بأنه: علم وفن تحويل الأحداث والأفكار والخبرات والقضايا الإنسانية، ومظاهر الكون

والحياة إلى مادة صحفية يمكن فهمها عند مختلف فئات المتلقين، سواء المثقفين منهم، أو غيرهم من الفئات الأخرى ذات الثقافة المتوسطة أو المتدنية، وهو يستند إلى النظرية العامة للصحافة، ونظرية الأنواع الصحفية، التي تحدد الأنواع الصحفية ومجالات استخدامها، والمهمات والوظائف القادرة على إنجازها، والمراحل التي تمر بها عملية إبداعها، ويعتبر التحرير الصحفي انعكاساً لإمكانات الصحفي الفكرية والثقافية والمهنية.

والأنواع الصحفية هي أشكال أو قوالب يستخدمها الصحفي في عمله، مثل:

١- الخبر الصحفي، وهو أحد الأنواع الصحفية، يقدم الحقائق والوقائع والمعلومات المتعلقة بالأحداث والظواهر الراهنة، وهو كما يُقال يهدف إلى الإجابة عن الأسئلة: ماذا، من، متى، أين، كيف، لماذا، ومهمة الخبر الأساسية هي نقل المعلومات والوقائع المتعلقة بالحدث بأسرع وقت ممكن.

٢- التقرير الصحفي، وهو نوع صحفي يقدم الوقائع الجوهرية والتفصيلية عن حدث معين، ويقدم شرحاً ووصفاً وتحليلاً للحدث وأسبابه وشخصياته، يقدمه الصحفي كشاهد عيان يعيش الحدث ويراقبه، ويهدف إلى تقديم السياق العام الذي أنتج الحدث، من خلال بيان أسبابه ودوافعه وشخصياته.

٣- التحقيق الصحفي، هو نوع صحفي يعتمد الشمولية والعمق في تقديم وشرح وتفسير وتقييم مواضيع مهمة، تهم شرائح كبيرة من المجتمع، ويستعين بخبراء ومختصين ومعنيين بهذه الأحداث، ويتوجه أساساً إلى قارئ مهتم ومختص، بهدف إحاطته بجوانب المشكلة، من أجل دفعه للمساهمة في حلها، فهو يساهم في توعية القارئ، ويحثه على التفاعل والمشاركة في دراسة الحدث ومعالجته.

٤- الحديث الصحفي، هو نوع صحفي يجريه الصحفي مع شخصية خبيرة أو مسؤولة أو مشهورة، حول موضوع معين، يهم شرائح اجتماعية واسعة، ويُستخدم فيه أسلوب الحوار المباشر، ويهدف إلى توعية المتلقين.

٥- المقال الصحفي، وهو إحدى الأنواع الصحفية الفكرية، يقدم معالجة فكرية منهجية لقضية ما في مسار تطور المجتمع، ويقدم أفكاراً تساهم في تكوين وعي القارئ.

٦- التعليق الصحفي، ويتضمن رأياً صريحاً، حول قضية أو حدث أو ظاهرة، في مختلف المجالات، ويتضمن شواهد ودلائل تؤيد هذا الرأي، بهدف إقناع القارئ به.

٧- بالإضافة إلى أنواع أخرى كالعمود الصحفي الذي يقوم بكتابته شخصية صحفية مشهورة، ويقدم فيه الكاتب رؤيته للحوادث والوقائع والأفكار.

وسيجد الباحث تعريفات كثيرة ومختلفة لكل نوع من هذه الأنواع الصحفية، يختلف باختلاف الإيديولوجيات والسياسات والمدارس الصحفية، التي تختلف في تحديدها لوظائف الصحافة، فبعضها يعتبر أن وظيفة الصحافة تتمثل بالإعلام والتثقيف والترفيه والتسلية، بينما يرى آخرون أن وظيفتها هي التحريض والدعاية والتنظيم، وعند آخرين فإن وظيفتها هي التعبئة والتنشئة والتجنيد والإسهام في التنمية، ومع اختلاف هذه النظريات يختلف تعريف الأنواع الصحفية بين مدرسة وأخرى.

ولكن هذه الأنواع تعكس الواقع بشكل مباشر، وبطريقة واضحة سهلة، غايتها تقديم وصف وتحليل وتفسير للأحداث والظواهر والتطورات في مختلف مجالات الحياة بأسلوب متفاوت في عمقه وشموليته، والهدف هو إيصال رسالة إلى القارئ، بقصد إمداده بالمعرفة، والمساهمة في تكوين أفكاره، وتوجيه سلوكه نحو الأفضل، وهي تتصف بالاستمرارية، وتقوم بتقديم واقع انتقائي، بمعنى أنها تقوم بعملية انتقاء واختيار للأحداث والتطورات والوقائع على حسب درجة أهميتها وسياقها الاجتماعي، والمتلقي الذي تسعى للوصول إليه.

وبالطبع فإن تقديم النوع الصحفي وصياغته ومعالجته تقع على عاتق المحرر الصحفي الذي يجب أن يتصف بمجموعة من الصفات تؤهله لتحمل هذه المسؤولية، ومن أهمها:

١- أن يكون صاحب رسالة سامية يحرص على إيصالها للقارئ.
٢- أن يملك من الثقافة والإتقان ما يجعله أهلاً لحمل هذه الرسالة.
٣- سلامة اللغة وسلاسة الخطاب، وهذا يُظهر مدى وضوح الأفكار، وفهم الأحداث في ذهن المحرر.
٤- التخصص العلمي والتقني.
٥- حسن الاختيار للموضوعات التي يحررها.
٦- العقلانية والموضوعية في مناقشة الأمور والأحداث.
٧- البعد عن الإسفاف والتحيز والتملق.

وهذا للأسف لا نجده عند الكثيرين ممن يعملون في هذا المجال، حتى ابتعدت كثير من الصحف والمجلات ووسائل الاتصال الأخرى عن مهمتها الشريفة، وانغمست في توافه الأمور.

ومن الوسائل الصحفية التي يستخدمها المحرر الصحفي لإيصال رسالته للقراء شبكة الانترنت، التي بدأ ظهورها في الولايات المتحدة في أواخر الستينيات لأغراض عسكرية، ثم انطلقت لتدخل مجالات أخرى تعليمية وتجارية، حتى وصلت إلى الأفراد، وطرحت نمطاً اتصالياً مختلفاً، يعتمد على الاستخدام التفاعلي للوسيلة الإعلامية من جانب المتلقي، مما يتيح له قدراً كبيراً للتحكم في البيئة الاتصالية والإعلامية، حيث تُدرج المعلومات في شكل النص المفتوح، الذي يمكن فتحه على نص ثاني، والثاني على الثالث وهكذا...، بما يحقق الوصول إلى المعلومات بدرجة كبيرة من الثراء في الكم والنوع، ويتيح مقداراً أكبر من التفاعل بين المتلقي والمعلومات المتداولة في الشبكة.

أما الصحافة الإلكترونية فهي منشور إلكتروني دوري يقدم معلومات تدور حول موضوعات عامة أو ذات طبيعة خاصة، وتتميز بأنها تتيح لقارئها أن يختار المواد الصحفية التي تهمه لمطالعتها، فتعامُل القارئ مع النصوص الإلكترونية هو تعامل هادف ومقصود، لأن المفتاح الأساس لقراء الصحف الإلكترونية هو فهرس كامل

وشامل للمادة الصحفية، ويستطيع القارئ أن يختار ما يريد قراءته من هذه الموضوعات المعروضة، التي تصله مباشرة بعد تحريرها، أينما كان.

ونتساءل الآن، هل يمكن اعتبار كل موقع صحفي هو صحيفة إلكترونية؟ بالطبع لا، فالمواقع الإلكترونية تختلف في مقصودها والغاية التي أُنشئت من أجلها، فهناك مواقع تجارية هدفها الترويج لمنتج ما، ومواقع حوارية كالمنتديات وأمثالها، ومواقع تعريفية، تعرف بمؤسسة، أو شخص، أو موقع جغرافي، أو نشاط معين، ومواقع صحفية مكملة لمحطات فضائية أو صحف ورقية، بالإضافة إلى المواقع الصحفية البحتة، والتي تقوم بدور صحفي معين، وتحمل إيديولوجية ما، تحاول تقديمها للقراء، وغالباً ما تكون هذه المواقع تحت إشراف نخب من المثقفين المتخصصين، الذين يسعون لإيصال رسالة محددة للقارئ، عن طريق تقديم الأنواع الصحفية المختلفة بصورة تُوصل معها الفكرة التي يحاول الموقع التعريف بها وإيصالها، وفي الغالب فإن هذه المواقع بأنواعها المختلفة تسمح للقراء بالتفاعل مع ما تنشره من مواد، عن طريق السماح لهم بإبداء آرائهم، أو التعليق على ما يتم نشره من مقالات وأخبار.

التخصص في العمل الصحفي الالكتروني:

إن التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم في عصر المعلومات والتقنيات، وظهور هذا الكم الهائل من المواقع الإلكترونية المتنوعة، التي تقدم الأخبار بطريقة متميزة عن الوسائل الأخرى، حيث السرعة والسعة الكبيرة، وإمكانية استخدام الكتابة والصور سواء الثابتة منها أو المتحركة، والأصوات والمشاهد الحية من موقع الحدث مباشرة، بالإضافة إلى إمكانية المتابعة وإضافة آخر التطورات أولاً بأول، مما فتح مجالاً واسعاً للمحرر الصحفي للتعامل مع هذه التقنيات، فحررته من النمطية، ووضعت أمامه خيارات كثيرة يستطيع من خلالها تقديم عمله بطرق متنوعة ومؤثرة.

كل هذه التطورات تجعلنا نلمس مدى الحاجة الماسة إلى التخصص والاحتراف في العمل الصحفي الإلكتروني، هذا العمل الذي مازال يعاني من عقبات وصعوبات كبيرة، وخصوصاً في عالمنا العربي، أبرزها:

١- غياب الضابط المميز للموقع الصحفي عن غيره من المواقع الموجودة على الشبكة، بالإضافة إلى عدم وجود تعريف واضح لمن يعمل في هذا المجال، وهل يمكن عده صحفياً كغيره ممن يعملون في الأنواع الصحفية الآخرى.

٢- غياب الأسس القانونية والأدبية المعتمدة لحفظ الحقوق الفكرية للكتاب والصحفيين العاملين في مجال النشر الإلكتروني، مما يجعل إنتاجهم معرضاً للسرقة.

٣- قلة النخب المحترفة المدربة التي تعمل في هذا المجال.

٤- ضعف الإمكانات المادية، وقلة التمويل الذي يقف حاجزاً أمام تطوير العمل، وجذب الكفاءات اللازمة للموقع، بل إنه يحكم في أحيان كثيرة على استمرارية الموقع الصحفي، فيؤدي إلى توقفه وإغلاقه.

٥- بالإضافة إلى المشاكل الفنية التي يتعرض لها الموقع أحياناً، سواء المقصودة منها عن طريق التخريب المتعمد، أو المشاكل الفنية البحتة، والتي تخص برمجة الموقع.

٦- مع ملاحظة قلة القراء في العالم العربي عموماً، لأسباب كثيرة أهمها:

أ- تفشي الأمية التي وصلت نسبتها في البلاد العربية إلى حوالي ٣٦٪ عام ٢٠٠٢م، أي ما يعادل عدد ١٠٨ مليون شخص.

ب- غياب الوعي الكامل بأهمية القراءة، ودورها الرئيس في تطور الأفكار التي تمد المجتمع بأسباب تقدمه وتطوره.

ج- قلة مستخدمي الإنترنت في العالم العربي والذي قُدر في أحسن حالاته بعشرة ملايين مستخدم، قلة منهم يسعون وراء الثقافة الهادفة.

هذه الصعوبات هي غيض من فيض، فالعمل الإلكتروني العربي مازال في مرحلة الهواية إن صح التعبير، ولم ينتقل بعد لمرحلة الاحتراف والتخصص.

أما المحرر الصحفي الملتزم، ونقصد بالملتزم هو ذلك المحرر الذي يملك فكراً ورسالة ما، غايتها الإصلاح والعمل لرفعة الأمة وتقدمها، وهو يعمل على إيصالها للقراء بكل الوسائل المناسبة، فهذا تقع على عاتقه مهمة كبيرة، على اعتبار أنه المسؤول الأول عن جذب أكبر عدد ممكن من القراء للموقع الذي يعمل فيه، وعليه إيصال الرسالة التي يسعى للتعريف بها، وهذا يتطلب منه:

- مزيداً من التخصص والاحتراف في عمله.
- الإلمام بآخر التطورات الفنية والتقنية التي تساعده على تحسين عمله وتطويره.
- قدراً معقولاً من التفرغ والاهتمام، حتى يستطيع التركيز على عمله مما ينعكس بصورة إيجابية أكثر، سواء على شكل العمل أو على مضمونه.
- الاستعداد لتقديم أفضل ما عنده من خبرات وإمكانات، في سبيل الغاية التي يسعى إليها، وهذا يُظهر مدى حبه لما يقوم به، ومدى إيمانه بالرسالة التي يريد توصيلها للقراء.
- وبالطبع فإن هذا المطلوب من المحرر الصحفي لن يستطيع القيام به ما لم يكن عنده حصيلة علمية وثقافية، سواء منها العامة، أو المتخصصة بقواعد التحرير الصحفي.

توصيات وتوجيهات عملية للمتدربين:

تقدم المواقع الإلكترونية عادة رسالتها للقارئ مستخدمة الأنواع الصحفية المختلفة، كالخبر، والتعليق، والتقرير، والتحقيق، والحوار، والمقال، وهذا يحمل المحررين العاملين في الموقع مسؤولية كبيرة، تتمثل في وجوب سعيهم الدائم لتطوير عملهم وزيادة ثقافتهم المهنية.

وكما نعلم فإن جودة التحرير الصحفي، وحسن العرض للموضوعات، والقدرة على تغطية جوانب الحياة المختلفة، بصدق ومنطقية وحرفية، كل هذا يضمن للموقع البقاء والاستمرار والتطور، ويكسبه السمعة الحسنة، والثقة من القراء، مما ينقله من مجرد موقع صحفي ينقل الأخبار، إلى موقع فاعل ومؤثر ومنبه

لعقول القراء، يفسر، ويحلل، ويقيم الأحداث والأفكار في كافة المجالات التي تمس الأمة وتقدمها، مما يساهم في توعية القراء، ودفعهم للمساهمة بالإصلاح المنشود.

ومن خلال العرض السابق، يمكن أن نلمس أهمية أن يلتزم المحررون في المواقع الإلكترونية بعدة أمور أهمها:

١- المعرفة التامة بمفهوم التحرير الصحفي وخصائصه وأهميته بالنسبة للموقع، فالتحرير الصحفي هو عملية إبداعية، تتطلب فهماً عميقاً للواقع، ومهارة صحفية جيدة، لأن إنجاز مهمة التحرير لا تقتصر فقط على الكتابة والتنسيق الجيد للأنواع الصحفية، ولكنه يشمل أموراً أخرى، أبرزها اختيار الموضوع، وتحديد الهدف من نشره، وتحديد النوع الصحفي الذي يناسبه، واختيار أسلوب المعالجة المناسب، مع الحرص على سلامة اللغة والخلو من الأخطاء، سواء المعلوماتية منها أو اللغوية أو النحوية أو العروضية.

فالتحرير الصحفي هو عملية فكرية، وليس مهنة يمكن أن يقوم بها أي شخص، فالمحرر الملتزم يجب أن يكون لديه معرفة عميقة شاملة، واهتمام بما يقدمه للقراء، ويجب أن يكون عنده استعداد واستجابة لمشاركات القراء، وقدرة على فهم وجهة نظر الآخرين.

٢- التمييز المتقن بين الأنواع الصحفية المختلفة، مع معرفة مزاياها، وكيفية إعدادها، فالأنواع الصحفية وعلى الرغم من أنها تشترك في معظمها بعناصر أساسية واحدة، هي: الموضوع المعالج، الحقائق والوقائع والمعلومات التي يقدمها النوع الصحفي حول الموضوع المعالج، الوصف والشرح، التحليل والتفسير، الرأي أو الموقف، أسلوب المعالجة، المستوى اللغوي، العامل الذاتي الذي تمثله شخصية الصحفي المحرر، والحجم أو المساحة المخصصة للنشر، ولكن يوجد لكل نوع صحفي أصول وقواعد لتحريره، لا تتناقض مع الأساس الفكري للنتاج الصحفي، ولكنها تساهم في تقديم المضامين الفكرية بطريقة مؤثرة ومقنعة.

٣- الاهتمام بالعنوان على اعتباره الجزء الأول الذي يراه القارئ في المادة المقروءة، وتبدأ عملية إبداع العناوين بتحديد الأفكار والوقائع والآراء التي سيتضمنها النوع الصحفي، ثم بتحديد الشكل الفني المناسب من نوعية الخطوط وأحجامها وألوانها... الخ، لإبراز هذا المضمون، ويجب أن يكون العنوان قادراً على إعطاء فكرة عامة عن المضمون، دون أن يكشفه كله، كما يجب مراعاة أن يكون مثيراً لاهتمام القارئ حتى يجذبه لقراءة المادة، وهنا يجب التزام الصدق والبعد عن التهويل الفارغ، بل يجب أن يقدم صورة صادقة ومحترمة للقارئ، فلا يجوز خداع القارئ باختيار عنوان بعيد عن مضمون المادة، ويجب أن يكون العنوان واضحاً ومحدداً ومختصراً.

- إن التطور التقني الذي يقدمه الإنترنت كوسيلة إعلامية، يتيح للمحرر الاستعانة بوسائل وتقنيات هائلة، من صور وأصوات وخطوط... الخ، ويحرره من النمطية المعتادة التي يلتزم بها محررو الوسائل الإعلامية الأخرى.

وحتى يستطيع المحرر الاستفادة من هذه التقنيات يجب عليه معرفة طرق استخدامها ومزاياها، ومدى ملائمتها لكل نوع من الأنواع الصحفية المختلفة، فالتقرير الصحفي مثلاً كنوع صحفي، لابد فيه من الاستعانة بالصور والرسومات مثل المجسمات والخرائط والجداول البيانية، التي تعتبر جزءً من بنية التحقيق الصحفي لا يمكن الاستغناء عنها أثناءه، وتشكل الصورة الفوتوغرافية في الحديث الصحفي جزءً مهماً منه أيضاً، ويمكن للمحرر استخدام تقنيات متنوعة تتناسب مع المادة المنشورة، فيمكن استخدام الصوت مع الحديث الصحفي مثلاً.

- وبما أن المواقع الصحفية، تتلقى مساهمات من القراء، فيجب على المحررين العاملين فيها أن يحسنوا تصنيف هذه المواد حسب أنواعها الصحفية بصورة متقنة، كما يجب عليهم الاهتمام بمضمون المادة، والتأكد من خلوها من الأخطاء على اختلافها، سواء المعلوماتية منها، أو اللغوية، والاهتمام بعلامات الترقيم، والانتباه إلى تقطيع المادة بصورة تُظهر ترتيب الأفكار الواردة في الموضوع، ويتطلب

هذا من المحررين إلماماً بالموضوع الذي يحررونه، واهتماماً باللغة العربية وقواعدها، وبالطبع فإن هذا يحملهم مسؤولية تثقيف أنفسهم.

- إن عبارة "المقالات تعبر عن آراء كاتبيها، ولا تعبر بالضرورة عن رأي الموقع" هي عبارة عامة، لا تلغي مسؤولية المحررين عما يُنشر في الموقع من مواد، وليس المطلوب هو إلزام الكتّاب بمواضيع معينة، أو تبني آرائهم، ولكن المطلوب هو احترام الآراء التي تُنشر في الموقع، وضبط التعليقات التي تأتي على الموضوع المنشور، بصورة ترتقي بأسلوب الحوار، فتبعده عن الإسفاف والمهاترات والشتائم، فالمحرر الملتزم يجب أن يعمل على تثقيف الناس، وتوعيتهم، وإصلاحهم، بصورة لا تصادر آراءهم، ولا تلغي حريتهم، ولكن تشذبها وتهذبها، وهذا يتطلب من المحرر قدراً كبيراً من التفهم لوجهات النظر الأخرى، فيبتعد عن الأنانية والانحياز، ويلتزم بالعقلانية والذكاء والانفتاح.

- إن المتصفح للمواقع الصحفية الالكترونية يلمس مدى تشابهها، فالمواضيع متشابهة، ومصدر الأخبار واحد تقريباً، وطرق تقديم المواد متشابهة أيضاً، وطبعاً ليس التميز هو غاية بحد ذاته، ولكن أهميته تبرز في تشكيل هوية خاصة للموقع، تصير مؤثرة في المجتمع وفي القراء لغاية الإصلاح، ويمكن تحقيق هذا التميز عن طريق الاهتمام بالرأي، وتقديم تحليلات موفقة للأحداث.

وهنا يجب العمل على جذب الكتاب المتخصصين ذوي الكفاءات العالية للكتابة في الموقع، وهذا لا يتم بالإغراءات المالية طبعاً، ولكنه يتم عن طريق جعل الموقع هو موقع النخبة، ولن يكون ذلك إلا بالانسجام والتعاون الكامل، والإحساس بالمسؤولية، بين جميع العاملين في الموقع، سواء المحررين منهم، أو المسؤولين والإداريين، أو التقنيين والفنيين، واجتماعهم على هدف واحد، وغاية واحدة، ورسالة واحدة يسعون لإيصالها للقارئ.

فالمحرر الصحفي لا يستطيع أن يقوم بالعمل وحده، مهما امتلك من مهارة وكفاءة وذكاء ونشاط، لأن العمل الصحفي يقوم على عنصر المشاركة والتعاون بين الجميع.

- وأخيراً نؤكد على أمر مر ذكره، وهو وجوب سعي المحرر لامتلاك ثقافة وعلم، تؤهلانه لتحمل مسؤولية التحرير، ويجب عليه أن يسعى لتطوير عمله، حتى يصل إلى درجة عالية من الإتقان والاحتراف.

فإذا كان هدف بعض المحررين هو الوصول لمكاسب دنيوية تافهة، فإن هدف كثير من المحررين العاملين في مواقع إلكترونية، هو هدف سامي، غايته المساهمة في إصلاح المجتمع وتوعية الناس.

مهارات التحرير على الإنترنت:

رغم وجود قواسم مشتركة في العمل الصحفي سواء في الصحافة الورقية أو الإلكترونية فإن طبيعة الوسيلة لاشك تضفي نوعاً من الخصوصية على طريقة التحرير في كل من الوسيلتين، ونعرض هنا لعدد من الضوابط والمؤهلات للتحرير على الإنترنت في مراحله المختلفة، بداية من ظهور الفكرة، ونهاية بعرض المادة على الموقع، ومن ذلك:

- تنمية الحس الصحفي لدى المحرر بما يمكنه من اختيار القالب الأكثر ملاءمة للموضوع الذي يريد أن يعرضه على الموقع، وهو أمر يحتاج إلى دربة ومحاولات تفكير عميقة، كما أنه يحتاج إلى الأناة في اختيار قالب لعرض المادة، بل من المفترض أن يطور أداءه ليصبح قادراً على الابتكار والإبداع في توليد أشكال جديدة ومتنوعة للعرض، ومع الوقت يستطيع المحرر أن يحدد:

❖ متى يحتاج إلى عنصر الصوت أو الفيديو لعرض موضوعه؟

❖ هل النص المكتوب سيكون هو العنصر الغالب والرئيسي، بينما يتحول الصوت أو الفيديو إلى عامل مساعد؟

❖ هل يعرض موضوعه بالصوت والفيديو بصورة أساسية ويتحول النص المكتوب إلى عامل ثانوي؟

❖ هل يمثل الصوت قيمة مضافة إلى النص أم أنه يعد نوعاً من التكرار غير المبرر؟

❖ هل لقطات الفيديو ذات دلالة ومفيدة في تحقيق الهدف من الموضوع أم أنها مجرد عرض مادة متوفرة؟

❖ هل من المناسب أن يعرض الموضوع في فلاش معلوماتي أم فلاش تفاعلي، أم يكتفي بعرضه بصورة نصية تقليدية؟

- **امتلاك عدد من الأدوات الفنية الأساسية، ومن أهمها:**

❖ القدرة على التعامل مع كاميرا ديجيتال، بداية من إتقان التقاط الصور إلى إتقان نقل اللقطات إلى جهاز الكمبيوتر.

❖ القدرة على التعامل مع كاسيت ديجيتال، بداية من إتقان التسجيل إلى معرفة نقل ملفات الصوت إلى جهاز الكمبيوتر.

❖ التعامل مع الجهاز الشخصي (نوت بوك).

- التعرف على أساسيات التعامل مع بعض البرامج الأساسية، ومن أهمها "وورد" و"فوتوشوب"، إضافة إلى إتقان التعامل مع البريد الإلكتروني.

- رفع الكفاءة المهنية في التجاوب السريع مع الحدث، ويمكن التدرب في هذا الإطار على عدد من المهارات، منها:

❖ تغطية الندوات والمؤتمرات من خلال التعامل المباشر بالكتابة على "نوت بوك" مباشرة أثناء التغطية، ومحاولة المراجعة والصياغة النهائية وإرسال المادة إلى الموقع في أوقات الاستراحة.

❖ المزاوجة بين القدرة على متابعة الحدث وكتابة المادة مع التقاط عدد من الصور.

❖ الحصول على كلبسات صوت تحتوي على مقطوعات مهمة من كلمات المتحدثين وتفريغها على "نوت بوك"، وإرسالها إلى الموقع في أوقات الراحة أو قبيل المغادرة.

❖ إرسال أخبار موجزة جداً لأهم ما يتضمنه المؤتمر أو الندوة أو الحدث، وإرسالها بالبريد الإلكتروني إلى الموقع حتى يمكن متابعة أبرز ما تضمنه الحدث أثناء وقوعه.

- امتلاك القدرة على الكتابة وإعادة الصياغة (الدسك) على الجهاز والاستفادة من إمكانات برنامج "وورد" في تحريك المادة والتقديم والتأخير.
- القدرة على صياغة المادة وفقاً لطبيعة الإنترنت، وذلك من خلال مراعاة عدد من الضوابط التي تساعد على الحفاظ على العناصر الإخراجية والجمالية على الموقع، والتي تساعد أيضاً على زيادة انقرائية المادة لدى القراء.

ومن بين هذه الضوابط المهمة:

❖ تحقيق التوازن في عدد كلمات العنوان، خاصة العناوين التي توضع على الصفحة الرئيسية للموقع، والصفحات الرئيسية الداخلية، وعدد الكلمات الأمثل في حدود من (٥- ٦) كلمات، بحيث لا تزيد الكلمات عن هذا المعدل ولا تقل إلا لضرورة، وإلا ظهرت العناوين المتتالية بصورة غير متناسقة إخراجياً.

❖ لا تزيد عدد كلمات العنوان التمهيدي عن ٥ كلمات، ولا يقل عن ٣ كلمات.. ويراعى في العنوان التمهيدي:

أ- أن يكتفي بكتابته داخل الموضوعات في مستوى صفحة العرض، ولا يوضع على الصفحة الرئيسية للموقع أو الصفحات الرئيسية الداخلية.

ب- إعادة صياغة العنوان الرئيسي للخبر أو الموضوع في حالة وضعه على الصفحة الرئيسية بعد حذف العنوان التمهيدي.

ج- النقطتان الرأسيتان[:] يتم استعمالهما بعد أسماء الدول في حالة صدور تصريح أو موقف رسمي من الدولة مصدر الخبر، أما إذا لم يكن الخبر أو الحدث أو التصريح رسمياً فيتم استعمال النقطتين المتجاورتين.

مثال:

- السودان: لن نفرط في السلام- مصر: الزواج العرفي يتحول إلى ظاهرة

❖ تحقيق التوازن في عدد كلمات المقدمة، بحيث تتراوح من ١٠٠ كلمة إلى ١٢٠ كلمة في الموضوع المكون من ١٠٠٠ كلمة إلى ١٢٠٠ كلمة.

بينما يتراوح عدد كلمات المقدمة في الخبر من ٦٠ إلى ٧٠ كلمة.

❖ تحقيق التوازن في عدد كلمات الموضوع أو الخبر، بحيث تتراوح كلمات الموضوع من ١٠٠٠ إلى ١٢٠٠ كلمة، وكلمات الخبر من ٦٠٠ إلى ٨٠٠ كلمة.. فرغم أن وسيلة الإنترنت تتيح للمحرر أن يكتب ما يشاء خاصة مع عدم وجود قيود إخراجية تتعلق بالمساحة المتاحة فإن هذه الإتاحة ليست مطلقة، خاصة أن القارئ يفقد القدرة على المتابعة في حالة زيادة عدد كلمات الموضوع، كما أن قدرته على التركيز في موضوع بعينه على شاشة الكمبيوتر تقل بصورة كبيرة عن قدرته على التركيز في موضوع يقرؤه في صحيفة ورقية.

❖ تحقيق التوازن في عدد كلمات الفقرة الواحدة، بحيث لا تكون قليلة بصورة مخلة أو طويلة بصورة مملة، ويفضل أن تتراوح كلمات الفقرة:

في المقدمة من ٣٥- ٤٠ كلمة، وفي جسم الموضوع تتراوح الفقرة من ٦٠- ١٠٠ كلمة.

❖ في العناوين الثانوية أو الإخراجية يفضل أن يكون عدد كلمات العنوان الواحد في حدود ٣ كلمات، على أن يوضع العنوان الثانوي عند بداية فقرة جديدة، ولا يتم وضعه داخل الفقرة الواحدة.

❖ يفضل أن يكون أول عنوان ثانوي بعد الفقرة الثانية وليس قبل ذلك، حتى لا يصطدم العنوان الثانوي بالصورة أو تعليق الصورة، وحتى لا يكون قريباً من العنوان الرئيسي للموضوع.

- يراعى عدم الإسراف في العناوين الثانوية، ويفضل استخراج عنوان واحد لكل ٣٠٠ كلمة في الموضوعات، وكل ٢٥٠ كلمة في الأخبار.
- يراعى في تعليقات الصور ألا تزيد عن ٧ كلمات في الصورة العرضية، ولا تزيد عن ٥ كلمات في الصورة الطولية.

الفصل الحادي عشر

أسلوب الكتابة الصحفية

العنوان:

العنوان هو الواجهة لأي عمل إعلامي، وعنصر الجذب الحقيقي نحو المادة المنشورة، والعامل الأساسي وراء إقبال القارئ على متابعة قراءة خبر ما، أو تراجعه، ليس فقط عن قراءة الخبر وتحوله إلى خبر آخر، بل التحول عن قراءة الجريدة كلها، سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية، إلى أخرى عناوينها أكثر جاذبية وتشويقاً، فالعنوان الجذاب هو مفتاح نجاح أي عمل إعلامي، لذلك يجب الاهتمام بالعنوان وبذل أكبر جهد ممكن للوصول به إلى المستوى الذي يشد القارئ وبالتالي فإنه يجب أن يكون دائماً أحد الهموم الأساسية لمسؤولي الجريدة ومحرريها.

وتنبع أهمية العنوان أيضاً من حقيقة أن القارئ العربي، بشكل عام، أصبح يفتقد، بسبب مشاغله وسرعة وتيرة الحياة اليومية، الصبر المطلوب لقضاء وقت أطول في القراءة المتأنية، ولذلك فهو يعتمد، اعتماداً شبه أساسي، على العنوان المنشور أمامه لتقرير ما إذا كانت المادة تستحق القراءة أم لا، وانطلاقاً من هذه الحقيقة، فإن شريحة كبيرة من القراء تكتفي بقراءة العناوين، إلا إذا كان العنوان جذاباً ومصاغاً بشكل جيد، يوحي بأهمية ما تتضمنه المادة المنشورة من تفاصيل.

من هنا كان لا بد من الاهتمام الشديد بصياغة العنوان، بحيث يقدم المعلومة بأسلوب شيق يتسم بالرشاقة، والجاذبية، لكن دون إسفاف، أو تضخيم لشيء غير موجود أصلاً في المادة المنشورة.

ولذلك يجب في صياغة العناوين مراعاة القواعد الأساسية التالية:

١- تفترض المدرسة الغربية الحديثة الاختصار الشديد في العنوان بحيث لا يتعدى بضع كلمات، لكن مزاج القارئ العربي، وخصوصاً قارئ الجريدة الإلكترونية، مختلف فهو يحتاج إلى تفاصيل أكثر في العنوان لأن شريحة كبرى من القراء العرب يعتمدون، كما ذكر سابقاً، على العنوان كمصدر وحيد للاطلاع على المادة المنشورة، لذلك يفضل الالتزام بالوسطية في العنوان

بحيث لا يكون طويلاً وفي الوقت نفسه يجب أن يكون وافياً ويعكس الرسالة المطلوب نقلها للقارئ.

٢- المعلومة التي يتضمنها العنوان يجب أن تكون موجودة في مقدمة الخبر وليس في وسطه أو نهايته، وإن كان يمكن تكرار ما يرد في العنوان في وسط الخبر أو نهايته إذا توفرت تفاصيل أكثر يصعب إيرادها في المقدمة.

٣- يجب أن تختار الكلمات الواردة في العنوان بعناية شديدة بحيث من الضروري أن تتسم هذه الكلمات، وهي تلخص ما هو وارد في الخبر، بالجاذبية والرشاقة وألا تكون منفرة، فالمفروض الابتعاد عن استعمال الأفعال الضعيفة أو صعبة القراءة أو اللفظ، والأفضل في هذه الحالة اللجوء إلى صيغ أخرى أو جملة بدون فعل.

٤- يجب ألا يتضمن العنوان أي كلمات مكررة فلا يجوز القول مثلاً "الرئيس الألماني يؤكد أن القوات الألمانية..."، كما يجب عدم استخدام الألقاب في العناوين إلا في حالة الملك والأمير وفي ما عدا ذلك ينشر الاسم فقط إذا كان معروفاً، أو الوظيفة إذا لم يكن، فلا يقال مثلاً "الأمين العام لجامعة الدول العربية عمرو موسى.." كل ذلك يمكن اختصاره في كلمة أو كلمتين: موسى أو عمرو موسى، والوضع نفسه بالنسبة للرؤساء فلا يقال رئيس الولايات المتحدة باراك أوباما يكفي أوباما فقط، أما إذا كان الاسم غير معروف مثل نائب وزير الخارجية الروسي غريغوري كاراسين، في هذه الحالة يمكن إما استخدام وظيفته فقط أو اعتبار أي تصريح يصدر منه تصريحاً رسمياً وفي هذه الحالة يمكن استخدام الخارجية الروسية تعلن أو موسكو تعلن.

٥- من الضروري عدم قطع سياق الجملة أو الجمل الواردة في العنوان، وضرورة الحفاظ على سياق الكلمات وارتباطها بعضها ببعض وذلك عند الرجوع إلى أول السطر إذا كان العنوان من سطرين أو أكثر، فالعنوان التالي مثلاً لم يراع هذه الديناميكية:

سوق الأسهم السعودية يتراجع ٧ نقاط بعد صعوده القياسي أمس ولا يجب أن ينتهي السطر الأول بحرف جر على الإطلاق، إضافة إلى ذلك فإنه كل ما تضمن العنوان فعلاً كان ذلك أفضل، إذ أن استخدام المصدر يضعف العنوان، كما يجب الحرص على أن يتضمن السطر الأول التالي للعنوان التمهيدي (الكيكر) فعلاً بعكس العنوان التالي، الذي نشر فيه الفعل في السطر الثاني بهدف الحفاظ على تساوي السطرين الأمر الذي كان يتطلب ضرورة إعادة صياغة العنوان من أساسه:

المجلس القومي المصري لحقوق الإنسان يعتزم ربط علاقات مع الأمم المتحدة

٦- في كثير من الحالات يفرض العنوان، ولاسيما عدد كلماته، تجاوز الأصول القواعدية، ولكن بصفة عامة من الخطأ فصل المضاف عن المضاف إليه مثل أن يقال "حكومة وشعب السودان"، فالصحيح هو "حكومة السودان وشعبها".

٧- الابتعاد تماماً عن استعمال الصفات وأفعال التفضيل، فالقارئ يتجه مباشرة إلى الفعل أو المصدر في العنوان لأنهما هما اللذان يحملان معنى العنوان، كما يجب تحاشي استخدام التساؤل قدر الإمكان، وأيضاً يجب عدم استخدام علامات الاستفهام أو التعجب أو الفواصل أو النقاط في العنوان لأن أياً منها يشعر القارئ بأنها استخدمت لتغطية عجز المحرر الذي صاغ العنوان عن التعبير عما يريد أن يقول، ويجب أيضاً تجنب استخدام الأسماء الموصولة مثل "الذي" و"التي".

٨- الابتعاد عن استعمال الفعل المجهول إذا كان بالإمكان استعمال الفعل المعلوم، كما يجب تجنب المبني للمجهول في العنوان التمهيدي (الكيكر) إلا إذا كان السطر التالي له يبدأ بالمعلوم المبني عليه مثل النموذج التالي الذي يتضمن خطأين مركبين:

تشكل برئاسته نوفمبر المقبل

مصادر أردنية: الأمير حسن

كبيراً لأمناء عرش العراق لعامين

فالتاء في "تشكل" المفروض أن تعود على مجلس أمناء عرش العراق وليس على مصادر أردنية ولذلك المفروض أن يبدأ السطر التالي للعنوان التمهيدي

(الكيكر) بـ "مجلس أمناء عرش العراق"، والخطأ نفسه تكرر في رئاسته، فالهاء في رئاسته تعود على الأمير حسن وليس للمصادر الأردنية، ولذلك يجب في هذه الحالة أن يبدأ السطر التالي للعنوان التمهيدي (الكيكر) بـ "الأمير حسن" أو يكتب كالتالي:

المجلس يشكل برئاسة الأمير الأردني في نوفمبر

الحسن كبيراً لأمناء عرش العراق لعامين

٩- لا داعي لاستخدام كلمة شخص في حالات الحوادث ووقوع ضحايا لأنه من الواضح في النهاية أن القتلى أشخاص وتأكيد ذلك يوحي بالاستخفاف بعقل القارئ.. فهناك عناوين تقول مثلاً:

مقتل ٥٠ شخصاً في تحطم طائرة

والأفضل أن يقال

مقتل ٥٠ في تحطم طائرة

١٠- للاختصار في العناوين يفضل استخدام الأرقام حتى ٩٩٩ ثم بعد ذلك يستخدم "ألف" و"ألفان" ثم ٣ آلاف وهكذا، وبالنسبة للنسب يفضل استخدام ٪ بدلاً من في المائة.

١١- لا يستخدم اسم العاصمة أو اسم البلد متبوعاً بنقطتين فوق بعضهما إلا إذا كان ما سيأتي بعد النقطتين تصريح رسمي أو مضمون بيان صدر من هذه العاصمة أو البلد فمن الخطأ صياغة عنوان بالشكل التالي:

الأردن: خلاف داخل الحكومة حول ترشيحات المجالس البلدية

والمفروض أن يكون العنوان كالتالي:

خلاف داخل الحكومة الأردنية حول ترشيحات المجالس البلدية

أما الحالات المسموح فيها باستخدام اسم العاصمة أو البلد في بداية العنوان فتكون مثل التالي:

الأردن: القمة ستعقد في موعدها

١٢- يجب عدم تضارب عنوانين في صفحة واحدة وعدم تكرار كلمة أو كلمات في عنوانين أو أكثر في الصفحة الواحدة.

١٣- يجب توفر الشكل الجمالي في العنوان وعادة ما يكون ببنط مختلف أصغر من السطرين الرئيسيين التاليين له، والعنوان التمهيدي يفضل أن يكون وحدة واحدة في حد ذاتها أي منفصلاً عن السطرين الرئيسيين إلا إذا كان يمهد لهما مثل.. محافظ البنك المركزي السوري لـ "إيلاف": ثم يأتي تصريح على لسانه، كما يمكن أن يكون مربوطاً بهما إذا كان يضيف تفصيلة خاصة بالشخص أو الشخصية المذكورة في أول السطرين التاليين مثل: في حديث لـ"إيلاف": محافظ البنك المركزي السوري يؤكد كذا وكذا.. وهنا تلعب النقطتان":" دور الرابط.

١٤- نموذج لعنوان مليء بالأخطاء التي يجب تجنبها، فهو طويل دون مبرر وحتى العنوان التمهيدي (الكيكر) أطول من سطري العنوان الرئيسي، إضافة إلى قطع سياقه بين "في" و"عملية"، وسطره الأول ينتهي بحرف جر ومحشو بكلمات توحي بتكرار لا مبرر له:

أسئلة لكوادر الحزب حول الديمقراطية والحرية
والاشتراكية وإمكانية فتح الحزب للجميع
حزب البعث السوري يشرع في
عملية تطوير فكرية وتنظيمية داخلية[1].

الصياغة الخبرية وقواعد اللغة:

رغم أن الصياغة الخبرية لم تعد مقيدة بالقوالب القديمة، بل فتحت أمامها أبواب التطوير والتجديد، لكن ثمة قواعد أساسية في الصياغة لا يجب التغاضي عنها بل لا بد من الالتزام بها لأنها تشكل الهيكل الأساسي للعملية التحريرية، والأمر نفسه يتعلق بقواعد اللغة العربية، فبقدر ما سمح باستخدام بعض الأخطاء

(١) كتاب الأسلوب، للأستاذ عثمان العمير- رئيس تحرير صحيفة إيلاف الالكترونية.

الشائعة، لا يسمح بالإخلال بقواعد اللغة الأساسية التي لا تقبل التغيير أو التجاهل، وفي ما يلي أهم قواعد الصياغة وأهم قواعد اللغة:

١- كانت المدرسة القديمة، التي نقلتها الصحافة العربية عن الغرب، تشترط توافر العناصر الخبرية الستة التي تجيب على الأسئلة الضمنية التالية: "ماذا، ومتى، وأين، ومن، ولماذا، وكيف" (Five Ws &H) والمطلوب أن تتجمع في مقدمة الخبر كل الإجابات الأساسية عن هذه الأسئلة، وفي ما بعد يبدأ سرد التفاصيل أولاً بأول، هذا الأسلوب تغير تماماً الآن وأصبحت المقدمة مساحة متاحة للمحرر يضمنها ما يرى فيه أهم عناصر الخبر لكي يختار منه العنوان المناسب الذي يجذب القارئ دون أي قيود على اختياره، فمحرر الخبر قد يجد في المكان أو في الزمان أو في الفعل الأهمية الأكبر.. المهم أن يختار لمقدمته أهم عنصر في الخبر ثم يبني عليه في الفقرات التالية.

٢- الحشو من آفات اللغة الصحافية، وبلغ في الفترة الأخيرة مرحلة خطيرة، وخاصة بسبب تأثير القنوات الفضائية العربية التي تدخل كل بيت وتميل إلى السرعة والترجمة غير الدقيقة، ومن هذه القنوات بدأت تتفشى ظواهر لغوية خطيرة تهدد أسس اللغة العربية، إذا أصبح هناك إفراط في استخدام كلمات وعبارات جديدة على اللغة الصحافية مثل "هذا وقد" أو عبارات مبتورة لا علاقة لها باللغة العربية السليمة مثل أن تبدأ جملة بـ "إلى ذلك" وذلك اختصاراً لعبارة "إضافة إلى ذلك"، وهناك أيضاً الإفراط في استخدام "قد" بينما المفروض ألا تستخدم إلا في حالة واحدة هو أن تلي كان فيقال كان الرئيس قد زار وهذا هو الاستثناء الوحيد المسموح فيه باستخدام قد.

٣- ومن المعيب جداً الإفراط في استخدام كلمة "قام"، التي باتت تستعمل في كل مكان ولتغطية أي عجز لغوي، فمثلاً أصبح يقال "قام بالأكل" و"قام بالكلام" و"قام بالقتل"... إلى درجة القول "قام بالقيام من مكانه"، مع أنه من الأسهل استخدام الفعل المجرد كالقول "أكل" و"نام" و"تكلم" و"قتل" ولكن الواضح أن السبب هو التهرب من بذل جهد في تصريف الفعل، ويستخدم البعض عبارات

مثل "أقام فلان مظاهرة" و"أقام حاجزاً" و"أقام حفلاً" و"أقام منحة" و"أقام بيتاً"، مع أنه من الأسهل والأفضل والأفصح استعمال أفعال أنسب لذلك مثل "نظم مظاهرة" و"نصب حاجزاً" و"استضاف حفلاً" و"أنشأ منحة" و"شيد بيتاً".

٤- كما أضبح من الملاحظ الإفراط في استخدام كلمة "تم"، ومعناها الحرفي "اكتمل"، إذ اعتاد البعض استخدامها أصلاً لتلافي التشكيل في حالة المجهول، فبدلاً من كتابة "اعتمد" استخدمت عبارة "تم اعتماد"، ولكن هذا الاستعمال بدعة لا وجود لها في الأدب العربي ولا في قواعد اللغة والبلاغة.

ويأتي استخدام "تم" في بعض الأحيان معيباً ومغالطاً للمضمون، إذ يقال مثلاً "تمت محاولة الاغتيال" أو "تمت المفاوضات الفاشلة"، فكيف "تتم" المحاولة إذا كانت مجرد محاولة، أو كيف "تتم" المفاوضات إذا فشلت؟ ولذلك يفضل استخدام كلمة "جرى" التي قد تعني استمرار مفعول الفعل، لكنها على الأقل، لا تعني إكماله أو اكتماله.

٥- ومن أخطر أمثلة الحشو الإفراط في اللجوء إلى كلمات أسهمت فيها الترجمة الحرفية من اللغات الأجنبية، ككلمتي "عدم" و"غير" وهما مقتبستان من dis أو un أو .im/in فبدلاً من كلمة "مجحف" أو "ظالم" يكتب البعض "غير عادل" unfair ويكتب البعض "غير منظم" disorganized بدلاً من "عشوائي" أو "فوضوي"، أو يكتب "عدم الاستقرار" instability بدلاً من "الاضطراب"، أو يكتب "عدم القدرة" inability مع أن هناك كلمات كافية شافية مثل "العجز" و"التعذر"، وعليه، إذا وجد المحرر أو المترجم نفسه مجبراً على استخدام كلمة قريبة من "عدم" فبإمكانه استخدام "تجنب" و"تحاشي" (كتجنب الاتصال وتحاشي التفاوض) و"انعدام" (انعدام الاستقرار أفضل من عدم الاستقرار)، أو حتى "قلة": (قلة الفهم بدلاً من عدم الفهم).

٦- من الأخطاء التي ليس لها مبرر أيضاً سوء استخدام حرف "الواو" دون مبرر خصوصاً بعد الذي أو التي، كأن يقال: توفي صالح سليم نجم كرة القدم

المصري والذي كان يلقب بالمايسترو، هنا لا حاجة مطلقاً للواو فلا هي للعطف ولا للسببية ولا للقسم ولا لأي سبب مفهوم.

٧- هناك فارق مهم بالنسبة لاستخدامات الفعل المتعدي والفعل اللازم، فالفعل المتعدي (مثل: أكل وشرب وقتل وناقش وأسس) يأخذ مفعولاً به، بينما لا يحتاج الفعل اللازم (مثل: ركض وسار وقفز ومات) إلى مفعول به، وهكذا لا يجوز مثلاً كتابة "مناقشة الحكومة لقضية اللاجئين"، بل "مناقشة الحكومة قضية اللاجئين"، لأن ناقش فعل متعد. ....

٨- استخدام "ال" التعريف في سياق عبارة "يعتقد- يرى- يؤمن الكثيرون" استخدام خاطئ أو على الأقل قليل الفصاحة، فالقصد هنا الإشارة إلى أناس مجهولين، أو أنهم كثر إلى درجة أن معظمهم مجهولون، وبالتالي يستحسن في هذه الحالة استخدام "كثيرون"، في المقابل يجب استخدام "ال" التعريف في جمل مثل "جاءت الفتاة البالغة الجمال"، و"ستبيع مصر ١٠٠ ألف طن من القطن الطويل التيلة"، وتحاشي "جاءت الفتاة بالغة الجمال" و"ستبيع مصر ١٠٠ ألف طن من القطن طويل التيلة".

٩- ينبغي تجنب استعمال كلمة "أكد- يؤكد" في معنى "قال" أو "ذكر"، والاقتصار في استعمالها ضمن إطار تأكيد صحة كلام متنازع حوله أو تأكيد نفيه، مثل "أكد الرئيس بوتفليقة أنه لن يترشح للانتخابات" أو "أكد أوباما انه سيزور بغداد الاثنين وليس الثلاثاء"، وهنا يجب استخدام الأفعال حسب ما يجب أن تفيد، فـ"قال" يمكن أن تبدأ القول و"أضاف" تضيف معلومة أخرى، أما "أوضح" فإنها توضح الفقرة التي سبقتها، وأكد تؤكد شيئاً قيل سابقاً، ولا يجوز استخدام "صرح" إذا كنا نتحدث عن مصدر، فالمصدر لا يقتضي العلنية، في حين أن التصريح يعني أن المصدر يستطيع أن يقول أو يذكر أو يفيد لكنه لا يصرح.

١٠- بالنسبة لكتابة الأحرف الأعجمية P/G/V يستخدم حرف "الغين" لترجمة G في الأجنبية مثل "ديغول" و"ريغان"، ذلك أن العرب قلبوا هذا الحرف دائماً إلى

"غين"، كما هي الحال مثلاً مع كلمات "جغرافيا" Geography و"إغريق" Greeks، و"غاز" Gas.

١١- بالنسبة لاستعمال الهمزة، قواعد اللغة العربية واضحة في هذا المجال ولا حاجة فيها للاجتهاد، فكلمة "مسؤول" تكتب فيها الهمزة على واو (لا مسئول)، وفي "رؤوف" تكتب أيضاً على واو متبوعة بواو (لا رءوف)، فالفعل الثلاثي في المثل الأول "سأل" (لا سئل)، وبما أن الضمة هي ثاني أقوى الحركات بعد الكسرة الغائبة من صيغة "مفعول"، وجب كتابة الهمزة على واو متبوعة بواو، أما المثل الثاني فواضح لا لبس فيه، فالضمة أقوى من السكون.

١٢- هناك لغط دائم حول "العام" و"السنة"، والواقع أن العام هو العام التأريخي المحدد إما بتقويم (ميلادي أو هجري) أو بحدث استثنائي (عام الفيل)، أما "السنة" فهي أي فترة ١٢ شهراً، وبناء عليه فكل عام سنة أي ١٢ شهراً لكن ليست كل سنة (سنة مالية/ ضريبية مثلاً عام، وبالتالي يستحسن كتابة "أطل علينا عام ٢٠٠٠" و"عمر فلان ٢٥ سنة".

١٣- بالنسبة لجمع الكلمات التي هي على وزن "مفعول"، مثل "موضوع" و"مشروع"، هناك مدرستان، الأولى تنحو نحو جمع التكسير (مواضيع ومشاريع) والثانية نحو جمع المؤنث السالم (موضوعات ومشروعات)، وثمة اجتهادات عديدة لصالح كل طرف لكن يفضل استخدام جمع المؤنث السالم (مثل أحاديث وموضوعات).

١٤- في اللغة العربية لا يجوز أن يبدأ الاسم بساكن، ولكن الاستثناء الوحيد مقبول في الأسماء الأعجمية مثل: "بروكلين" و"سكوتلاندا" و"ستوكهولم" و"شلمبرجيه" و"كريستيز"، كما يستحسن كتابة المضاف والمضاف إليه على سطر واحد، وخاصة في ما يتصل بأسماء العلم، مثل: "عبد الحميد" و"خان يونس" و"نيو مكسيكو".

١٥- بالنسبة للأيام والأشهر والأعوام يفضل استخدام المقبل وليس القادم فالقادم من القدم مما يعني السير. كما يفضل عدم استخدام هذا اليوم أو هذا الشهر أو

هذا العام بل تستخدم اليوم فقط أو الشهر الحالي أو العام الحالي لأن "هذا" تعني الإشارة إلى شيء معين سبق ذكره.

١٦- من الأخطاء أيضاً استخدام كلمة ليلة إشارة إلى مساء اليوم نفسه فيقال ليلة الخميس باعتبار أن المقصود هو الخميس ليلاً لكن ليلة الخميس هي في الواقع الليلة التي تسبق يوم الخميس أي الأربعاء ليلاً.

١٧- هناك خطأ فاحش بدأ يتفشى حديثاً وذلك باستخدام الفاصلة محل الواو فيقال مثلاً: زار الرئيس التونسي الهند، باكستان، المجر، هولندا والنرويج، وهذا استخدام وارد في اللغة الإنجليزية فقط أما في العربية فالفاصل لا يحل محل الواو والصحيح هو زار الرئيس التونسي الهند، وباكستان، والمجر، وهولندا، والنرويج.

١٨- تتفشى هذه الأيام ظاهرة استخدام "أعلن عن" في غير موقعها الصحيح لأن الفعل يتعدى بنفسه، إذ يقال أعلن الرئيس اليمني علي عبد الله صالح عن تشكيل لجنة.. و"عن" هذه لا مبرر ولا داعي لها بل يكفي القول "أعلن تشكيل" لأن "عن" تستخدم فقط إذا كان المقصود الكشف عن شيء، فيقال في هذه الحالة: أعلن الرئيس اليمني علي صالح عن خطة جديدة ستنفذ، كما يساء استخدام أكد فيقال "أكد" الوزير "على" التزام بلاده الحياد تجاه الأزمة بينما الصحيح هو أكد الوزير التزام بلاده لأن أكد يتعدى بنفسه وبحرف الجر.

١٩- الكلمات التي تكتب مع همزة وصل قليلة في العربية أشهرها: اسم، وابن، وابنة، واثنان، واثنتان، وامرؤ، وامرأة، والاثنين.

٢٠- كثيراً ما تستعمل (لام الجر) بدل (إلى)، صحيح أن حروف الجر تتبادل فيحل بعضها محل بعض، ولكن ليس كيف ما شاء الإنسان، فاللام تنم على الإسناد والتبعية والسكون، ولا توحي بالحركة، وبالتالي فالأفعال التي توحي بالحركة يجب استخدام (إلى) معها، فضلاً عن أن بعض الأفعال تتعدى ضرورة بـ (إلى) لا بـ (اللام).

فمثل استخدام (إلى): سافر الرئيس إلى لندن ووصل الوزير إلى القاهرة لأن سافر ووصل ينمان عن الحركة.

ومثل استعمال (اللام) التي تدل على السكون: سلم أمرك لله، أو: هذا السؤال موجه لفلان.

٢١- يخطئ كثيرون فيكتبون (حوالي) دون نقطتي الياء فتصبح (حوالى) كما يجب كتابة النقطتين فوق التاء في مثل: الجامعة، والمدرسة، وعدم إهمالهما فتصبح التاء هاء.

٢٢- (إلا) حرف استثناء تنصب المستثنى إذا كانت الجملة مثبتة، مثل: لا إله إلا الله، ومثل: جاء الوزراء كلهم إلا وزيراً واحداً... أما إذا كانت الجملة منفية فيبطل عملها لأنها تصبح أداة حصر لا حرف استثناء، مثل: ما جاء إلا عشرون وزيراً.

٢٣- الاسم المنقوص أي المنتهي بياء مكسور ما قبلها، إذا جاء منوناً تحذف ياؤه رفعاً وجراً، مثل: هذا قاض (في حالة الرفع) ورأيته في ناد من الأندية (في حالة الجر)، لكن الياء تبقى في حالة النصب، مثل: شاهدت ساعياً.

٢٤- الألف المتحركة تعرف بالهمزة وإذا وقعت أولاً كتبت بصورة الألف: أحمد وأسماء وإكرام، ووصلية كابن واستخرج، وأما الألف الساكنة ويقال لها الألف اللينة، فهي التي لا يبتدأ بها مثل قام، إذا كانت همزة وصل فتحذف بعد الفاء والواو متى كان بعدهما همزة، مثل: فأتني وأذن لي، وبعد اللام الداخلة على مصحوب ال مثل: فعلت هذا للخير، وإذا كانت الهمزة متوسطة ساكنة تكتب بحرف حركة ما قبلها مثل: بأس وبؤس وبئس، وذلك إلا إذا كانت مقلوبة بعد همزة الوصل ثم ردت إلى أصلها فترسم بصورة الحرف الذي قلبت إليه لانتقالها منه فتكتب بالياء مثل: هذا الذي أؤتمنت عليه، وإذا وقعت الهمزة بين ألف وياء جاز أن تكتب همزة أو ياء مثل: بقاءي أو بقائي والراءي أو الرائي.

٢٥- تتكرر كثيراً كتابة الهمزة المتطرفة بشكل مجانب للقاعدة، لذا وجب التذكير بها:

- تكتب الهمزة المتطرفة مفردة إن جاءت إثر ساكن صحيح أو معتل، مثل: جزء- دفء- ضوء- شيء- بطء- عبء، كما تكتب الهمزة المتطرفة على ياء إذا كان الحرف الذي قبلها مكسوراً وكانت منفردة لم يلحقها ضمير، مثل: قارئ وينشئ، وتكتب الهمزة المتطرفة منفردة (على السطر) بعد الواو والياء على نحو: هدوء- بطيء، الهمزة المنصوبة التي تسبقها ألف لا تتبعها ألف مثل: هباء وهواء.

٢٦- في كلام الصور تقع أخطاء في تحديد أسماء الموجودين في الصورة فيقال مثلاً إلى يمين الصورة ويقصد به الشخص الواقف إلى اليمين بينما يمين الصورة هو الشخص الواقف إلى اليسار بالنسبة للمشاهد للصورة[1].

الأسماء:

أساليب استخدام الأسماء وتشمل الدول والبحار والمحيطات والجبال:

- أسماء الدول الأجنبية التي تنتهي بحرفي الياء والألف أو الألف مثل: كندا- بلجيكا- يوغوسلافيا- كوريا لا تحتاج إلى "ال" التعريف باستثناء النمسا لأنه استعمال عربي.
- أسماء الدول الأجنبية التي تنتهي بحروف ساكنة يستعمل معها "ال" التعريف باستثناء المنتهية بكلمة "ستان" مثل باكستان وأفغانستان.
- أسماء المدن الأجنبية المذكورة في كتب التراث العربي تكتب كما استعملها العرب مثل: غرناطة- قرطبة- صقلية- قادش- البوسنة والهرسك- طليطلة.. أما ما شاع استخدامه خطأ فيبقى عليه مثل روسيا وألمانيا وفرنسا وإيطاليا... الخ.
- يقال البحر الأبيض المتوسط أو البحر المتوسط لا البحر الأبيض (هناك بحر أبيض في أفريقيا).

(١) كتاب الأسلوب، للأستاذ عثمان العمير- رئيس تحرير صحيفة إيلاف الالكترونية.

- يقال المحيط الهادئ لا الباسيفيك.
- يقال المحيط الأطلسي لا الأطلنطي.
- يقال الخليج العربي لا الخليج الفارسي (مع أن كتب التراث الإسلامي تسميه خليج فارس مثل ما تسمي البحر المتوسط بحر الروم، لأن العرب كانوا يطلقون على البحار أسماء الشعوب التي تفصلهم عنها).
- بحر البلطيق وبحر قزوين اسمان ينطبق عليهما مفهوم الخطأ الشائع المقبول، مع أن الصواب المهجور هو البحر البلطي وبحر الخزر.
- بالنسبة لأسماء الجبال يستحسن استخدام "ال" التعريف قبل أسمائها، مثل: النيل والأمازون والدانوب والألب والهيمالايا والأنديز، إلا أن أسماء القمم مثل "أكونكاغوا" و"إيفرست" لا تحتاج إلى "ال" التعريف.
- بالنسبة لأسماء المدن، يستحسن إتباع الصيغة المعتمدة عربياً وإلا فالاسم كما ينطق، فبين الأسماء المتعددة عربياً: أثينا (لا أثيناي) وباريس (لا باغي) وبطرسبرغ (لا سان بيترسبورغ) ومرسيليا (لا مارساي) وواشنطن (لا واشينغتون) وميونيخ (لا مونشن) وموسكو (لا موسكفا) وماربيا (لا ماربيلا).
- الأسماء الأخرى للمدن تكتب كما تلفظ: لوس أنجليس (لا لوس أنجلوس) وزيوريخ وجنيف وأمستردام وميدلزبره وادنبره... الخ.
- ثمة دول تفضل كتابة أسمائها بأشكال معينة مثل سورية (وليس سوريا) وكوت ديفوار (وليس ساحل العاج).
- يجزأ الاسم إذا كان في الأصل مجزأ ويحافظ على وحدته إذا كان في الأصل موحداً، فيكتب مثلاً:

جورجتاون Georgetown- سبرنغفيلد Springfield- سبرنغ هيل Spring Hill- وايت بلينز White plains

- هناك دول تكتب أسماؤها بشكل خاطئ فيقال مثلاً هنغاريا والصحيح المجر وبولونيا والصحيح بولندا لأن بولونيا ضاحية تضم غابة شهيرة في

فرنسا، كما يكتب البعض سان فرانسيسكو والصحيح سان فرنسيسكو (لأن الترجمة الحرفية لها هي القديس فرنسيسكو بالنطق الأسباني)، والبعض يكتب يوغسلافيا والصحيح يوغوسلافيا.

- جنوب أفريقيا هي الدولة وعاصمتها بريتوريا أما أفريقيا الجنوبية فمنطقة جغرافية تضم عدة دول.

- أسماء الأعلام الأجنبية تكتب وفق التهجئة الأصلية في لغاتها ما دامت حروف لغتنا العربية تسمح بنقل الأسماء كما هي في الأصل وكما ينطق بها في بلادها، فيكتب أنتوني لا أنطوني وجوزيف لا جوزف ومايكل (في الإنجليزية) وميشيل (في الفرنسية)، ولكن تستخدم كريستيان في اللغتين الإنجليزية والفرنسية.

وبالنسبة للأسماء التركية تكتب كما هي دون تعريب مثل بلند أجاويد، وبالنسبة للأسماء الأسبانية يراعى حرف الخاء مثل خوسيه وخوان وخوليو.

- بالنسبة لأسماء الصحف والمجلات العالمية يستحسن استخدام "ال" التعريف إذا كان أصل الاسم في لغة الصحيفة الأم يفيد بالتعريف كـ"التايمز" و"الغارديان" و"الايكونوميست"، ولكن يستغنى عنه حيث لا وجود له في الأصل، مثل "ناو" أو "بنش" أو "شوت".

- الألقاب الشخصية الأجنبية، تستخدم لها "ال" التعريف، مثل الإمبراطور والشاه والدكتور واللورد والجنرال، ولكن عند الإضافة إلى دولة أو منطقة يستغنى عن "ال" التعريف، كأن يقال شاه إيران وإمبراطور اليابان ودوق ادنبره.

- باستثناء الكلمات المعربة كـ"قياصرة" و"أباطرة"، يستخدم جمع المؤنث السالم لجمع الألقاب الأعجمية: الديكتاتورات واللوردات والدوقات والجنرالات والشاهات.

- بالنسبة لاستخدامات الأسماء في دول المغرب العربي يستعمل الاسم الشخصي (الأول) للشخص وبعده اسم الأسرة (الثاني) بعكس ما هو مستخدم في هذه

الدول فيقال: علال الفاسي لا الفاسي علال، والحسنية درامي لا درامي الحسنية، والزاكي بادو لا بادو الزاكي، كما يفصل "بن" عن أصل الاسم مثلاً بن صالح بدلاً من بنصالح وبن سودة بدلاً من بنسودة لكن يبقى على "بل" مثل بلقاسم أو بلهوشات.

- تستخدم أسماء المؤسسات والجمعيات والهيئات كما هي مثل: وزارة الفلاحة (لا الزراعة)، والاتحاد العام للشغل (لا الاتحاد العام للعمل)، وتستثنى من ذلك الأسماء التي قد تعني في المشرق أمراً مختلفاً مثل الجامعة المغربية لكرة القدم فيفضل استخدام الاتحاد المغربي لكرة القدم[1].

التذكير والتأنيث:

المذكّر دائماً: رفات- نبات

المؤنث دائماً: بئر

يغلب التأنيث في: أعضاء الجسم عند وجود اثنين من العضو: عين، وقدم، ورجل، وذراع...

وريح، ودرع، ودلو، ورحم (بمعنى مكان تكوين الولد) أما رحم بمعنى القرابة فمذكر، وكبد.

يجوز التذكير والتأنيث:

الأسماء: إبط، وحال، ودلو، وحانوت، وسوق، وطريق، وذراع، وسكين، وأنف، وفم، وموسى، وفرس، وسبيل، وقوس، وعنق، وعقرب، وخمر، وفلك، ونفس (مؤنثة إذا كانت تعني الروح ومذكرة إذا كانت تعني الشخص).

الصفات: عاقر، وزوج، وعانس، وبكر..

رجل عاشق وامرأة عاشق (وعاشقة)

الصفات التي على وزن فاعلة، مثل: راوية، فيقال: رجل راوية وامرأة راوية.

الصفات التي على وزن فعّالة، نحو: هذا رجل علامة وهذه امرأة علامة.

---

(١) كتاب الأسلوب، للأستاذ عثمان العمير- رئيس تحرير صحيفة إيلاف الالكترونية.

الصفات التي على وزن فعول بمعنى فاعل، مثل: هذا رجل صبور وهذه امرأة صبور، وذلك إذا ذكر الموصوف، فإن لم يذكر وجب التفريق بين المذكر والمؤنث بتاء التأنيث، فيقال: التقيت بصبور ومررت بصبورة، وقد شذ (امرأة عدوة)، أما إذا كان فعول بمعنى مفعول فيجب التفريق بالتاء بين المذكر والمؤنث فنقول: جمل ركوب وناقة ركوب.

الصفات التي على وزن فعيل بمعنى مفعول، وذلك أيضاً في ما عرف به الموصوف، مثل: هذا رجل قتيل وهذه امرأة قتيل.

أما إذا كان فعيل بمعنى فاعل فيجب التفريق بالتاء بين المذكر والمؤنث فيقال: رجل ظريف وامرأة ظريفة.

الصفات التي على وزن مفعال، فنقول: هذا رجل مفضال وهذه امرأة مفضال، وذلك إذا ذكر الموصوف، فان لم يذكر وجب التفريق بين المذكر والمؤنث بتاء التأنيث.

(ملاحظة: من النحاة من يجيز تأنيث الصفة بالتاء في كل الأوزان السابقة).

بالنسبة للمناصب تذكر حتى لو كان الذي يتولاها إمرأة فيقال: الدكتورة علية عبد المنعم الأستاذ بكلية الآداب، وعضو مجلس الأمة، وإن كانت هناك أخطاء شائعة مقبولة مثل مارغريت تاتشر رئيسة الوزراء، ونادية أبو النجا وزير الدولة.

طريق: ورد مذكراً مرتين في القرآن الكريم، ففي الآية ٧٧ من سورة طه، قال تعالى: "ولقد أوحينا إلى موسى أن أسر بعبادي، فاضرب لهم طريقاً في البحر يبساً"، وجاء في الآية ٣٠ من سورة الأحقاف: "يهدي إلى الحق، وإلى طريق مستقيم"، بعض المعاجم أوردته مذكراً، وبعضها أجاز تذكيره وتأنيثه، ومن اللغويين من قال بجواز التذكير والتأنيث لكن يفضل تأنيثه.

العرب: مذكر ومؤنث، يقال: قالت العرب، وقال العرب.

عسل: مذكر، لكن بعض المعاجم أنثته، وورد مذكراً في القرآن الكريم، وعليه يعتمد تذكيره.

قوم: مذكر ومؤنث، جاء في الآية ٦٦ من سورة الأنعام: "وكذب به قومك وهو الحق"، والآية ١٠٥ من سورة الشعراء: "كذبت قوم نوح المرسلين"، ويقول "الصحاح" إن أسماء الجموع التي لا واحد لها من لفظها إذا كان للآدميين يذكر ويؤنث مثل: رهط ونفر.

حال: يؤنث ويذكر ويفضل التأنيث.

لسان: مذكر، وهو مؤنث إذا كان بمعنى اللغة.

الملح: مؤنث وهو الأكثر عند اللغويين وقد يذكر.

النحل: مؤنث ومذكر، جاء في الآية ٦٨ من سورة النحل: "وأوحى ربك إلى النحل أن اتخذي من الجبال بيوتاً"، وجاء في بعض المعاجم أن بعضهم ذكر النحل على اعتبار لفظه المذكر، وأنثه بعضهم على اعتبار أنه جمع نحلة وهي مؤنث.

ناب: مذكر ومؤنث حسب اللغويين، لكن عدد الذين يقولون إنه مذكر أكثر.

محض: الذكر والأنثى والمثنى والجمع فيه سواء لأنه مصدر، ويجوز التأنيث والتثنية والجمع.

التاء ليست دائماً للتأنيث فهناك أيضاً تاء الوحدة مثل ثمر: ثمرة وشجر: شجرة، وتاء المبالغة مثل: علامة وفهامة وبحاثة ورحالة.

أسماء المدن والقبائل مؤنثة والدول تكون عادة مؤنثة.. لكن بالنسبة للدول العربية يكون تذكيرها وتأنيثها كالتالي:

المذكر: الأردن، العراق، اليمن (اليمن السعيد)، المغرب، الجزائر، السودان، لبنان، والصومال.

المؤنث: السعودية، ومصر، والإمارات، والكويت، وسورية، وقطر، وعمان، وتونس، وموريتانيا، وجزر القمر، وجيبوتي، وفلسطين.

الأرقام:

من ثلاثة إلى عشرة يؤنث العدد مع المذكر ويذكر مع المؤنث ويكون المعدود مجروراً، مثل: ثلاث نساء، وثلاثة رجال

من ١١ إلى ٩٩ يكتب العدد كما يلي:

إحدى عشرة امرأة أحد عشر رجلاً في القرآن الكريم "أحد عشر كوكباً"

اثنتا عشرة امرأة اثنا عشر رجلاً

ثلاث عشرة امرأة ثلاثة عشر رجلاً

اثنتان وعشرون امرأة اثنان وعشرون رجلاً

تسع وتسعون امرأة تسعة وتسعون رجلاً

أجيز في "ثماني" عشرة حذف الياء تخفيفاً وإبقاء الكسرة على النون، أو فتحها، وقالوا ثمانمائة بحذف الياء تخفيفاً (ثماني نساء، نساء ثمان، ثمانية رجال).

مع المائة يكون المعدود مجروراً ويكتب كما يلي:

مائة امرأة ومائة رجل.

أما إذا كان العدد مركباً سواء مع المائة أو الألف أو المليون أو المليار فهو يتبع في قسمه الأخير القاعدة الخاصة بالأعداد من ١١ إلى ٩٩، وبالتالي يكون منصوباً، مثل:

ألف وخمسمائة وخمس وخمسون امرأة، وألف وخمسمائة وخمسة وخمسون رجلاً.

بعد المائة تكتب الأعداد على قاعدة ما سبق ذكره، مثل: مائة وثلاث عشرة امرأة، ومائة وثلاثة عشر رجلاً.

مع الألف يكتب المعدود مجروراً كما يلي: ألف امرأة، وألف رجل.

وإذا كان العدد مركباً مع الألف يكتب على قاعدة العدد المركب المذكورة أعلاه، مثل:

ألف وثلاث عشرة امرأة، وألف وثلاثة عشر رجلاً.

ألف وثلاثمائة وتسع وتسعون امرأة، وألف وثلاثمائة وتسعة وتسعون رجلاً.

مع المليون، كما مع الألف، يكون المعدود مجروراً، مثل: مليون امرأة، ومليون رجل

أما العدد المركب مع المليون فمثاله: مليون وثلاثمائة وتسع وتسعون امرأة، ومليون وثلاثمائة وتسعة وتسعون رجلاً.

القاعدة نفسها تطبق مع المليار.

الأعداد الترتيبية:

تكتب هذه الأعداد كما يلي:

الساعة الحادية عشرة اليوم الحادي عشر

الساعة الثانية عشرة اليوم الثاني عشر

الساعة الحادية والعشرون اليوم الحادي والعشرون (لا يقال الواحد والعشرون)

يمكن القول: ثلاث سنوات وثلاث السنوات والثلاث السنوات أو أي عدد آخر قياساً عليها فكلها صحيحة، إذ يقول بعض اللغويين إن: "سكنت الثلاث سنوات الماضية في بيروت" خطأ، لأن رأيهم هو أنه إذا كان العدد مضافاً وأريد تعريفه، عرف المضاف إليه، فيصير الأول مضافاً إلى معرفة، فيقال: ثلاث السنوات.

وأجاز آخرون إدخال (ال) على العدد المضاف وعلى المضاف إليه أيضاً مثل: اشتريت الثلاثة الكتب وأمضيت الثلاث السنوات...

وقرر مجمع اللغة العربية في القاهرة أنه يجوز إدخال (ال) على العدد المضاف دون المضاف إليه، مثل: الخمسة كتب والمائة صفحة، على الرغم من أن بعض اللغويين عدوه قبيحاً، وهكذا تصح الاستعمالات الثلاثة.

يجمع اللغويون على أنه يجوز القول: اشتريت الكتاب بريال ونصف ريال، وبريال ونصف، كما يجوز القول: ساعة وربع الساعة، و: ساعة وربع، لأن هذا لن يؤدي إلى لبس، لكن يفضل استخدام الأول وهو: اشتريت الكتاب بريال ونصف ريال.

بضع وبضعة: حكمهما حكم "تسع" و"تسعة".

المصطلحات الأجنبية:

- يكتب مليار وليس بليون
- يكتب إنجليز لا إنكليز
- يكتب الإنترنت لا إنترنت
- يكتب جاكوار لا جاغوار
- يكتب اسكوتلانديارد لا سكوتلانديارد
- يكتب إستاد لا ستاد
- يكتب إستراتيجية لا ستراتيجيّة
- يكتب كابتن (إذا كان رئيس فريق فقط) أما كابتن الطائرة فيكتب قائد الطائرة
- يكتب كمبيوتر لا كومبيوتر ولا حاسب آلي...
- يكتب تلفزيون لا تلفاز
- يكتب راديو لا مذياع
- يكتب ميكروسوفت لا مايكروسوفت
- يكتب أكتوبر لا أوكتوبر
- يكتب يونيو ويوليو لا يونيه ويوليه
- يكتب فيروس لا فايروس
- لا يبتدأ بالساكن في العربية، ولذلك لا بد من إضافة ألف الوصل إلى كلمات أجنبية مثل: إستاد- إستراتيجية...عدا ستوكهولم وما شابهها لأنه اسم مكان متفق عليه، وكذلك المصطلحات العلمية مثل "كلور" و"كروم" و"بروتون".

في كل مرة يظهر إحساس باحتمال حدوث التباس بسبب ترجمة أحد الألفاظ إلى العربية أو بسبب عدم اتفاق المجامع على ترجمته، يكتب اللفظ المترجم باللغة الإنجليزية أو الفرنسية، إذا كان من إحدى هاتين اللغتين، أو بما يعادله في إحداهما وذلك بعد الترجمة وبين قوسين.

الأسماء الأجنبية تكتب كما تلفظ بلغتها الأصليّة وليس كما تكتب بهذه اللغة، مثل: ماربيّا وليس ماربيلاً، وهي في الأصل: Marbella، عدا بعض الكلمات التي رسخت مثل سجن الباستيل وأصلها الفرنسي هو: Bastill أي باستي.

- الرتب العسكرية:

GENERAL فريق أول

LIEUTENANT GENERAL فريق

MAJOR GENERAL لواء

BRIGADIER GENERAL عميد

COLONEL عقيد

LIEUTENANT COLONEL مقدَم

MAJOR رائد

CAPTAIN نقيب

FIRST LIEUTENANT ملازم أول

LIEUTENANT ملازم

(Non-Commissioned Officer (N.C.O)) مساعد أو ضابط صف

FIRST SERGEANT رقيب أول

SERGEANT رقيب

CORPORAL عريف

PRIVAT جندي

- رتب خاصة:

FIELD MARSHAL مشير

CHIEF OF STAFF رئيس أركان

مارشال

أميرال

أدميرال

عماد

أركان حرب

- بالنسبة إلى الجيوش العربية تستخدم الرتب العربية، أما بالنسبة للجيوش الأجنبية فتستخدم رتبهم الأجنبية، فيقال الجنرال ديغول لا الفريق ديغول.

الوحدات العسكرية:

Field Army جيش ميداني

Corps فيلق

Division فرقة

Brigade لواء

Battalion كتيبة أو(فوج)

Regiment (Company) سرية

Detachment (Company) فصيلة

Platoon مجموعة (أو زمرة)

Air Brigade لواء جوي Squadron سرب

Wing جناح

Artillery Corps سلاح المدفعية

Armoured Corps سلاح المدرعات

Infantry-Land Forces سلاح المشاة

Communication Corps سلاح الإشارة

Air DefenceForces الدفاع الجوي

Military Engineering Corps سلاح المهندسين

Electronic Warfare Corps سلاح الحرب الإلكترونية

Chemical Warfare Corps سلاح الحرب الكيميائية

Shock Troops وحدات الصاعقة

Paratroops Units وحدات المظلات

Airborne Troops القوات المحمولة جواً

Behind Enemy Lines قوات خلف خطوط العدو

بدل وصف القوات المؤللة، يفضل استخدام القوات الآلية أو الميكانيكية، وبدل وصف المجوقلة يستخدم المحمولة جواً.

يجب أن يؤخذ في الاعتبار أن حجم الوحدات العسكرية يختلف من بلد إلى آخر، فالكتيبة في الولايات المتحدة لا تتجاوز مائة إلى مائتي جندي وضابط في حين أن حجمها في معظم جيوش العالم يصل إلى نحو ألفي جندي وضابط.

أخطاء وتصويبات في الكتابة الصحفية:

١- كلمة استبدال تعني الجديد لا القديم، كالقول استبدل حسين سيارة جديدة بسيارته المعطلة القديمة (الباء هنا تدخل على الملغي).

٢- أعلن مجلس الحكم العراقي أنه يعارض هكذا قرار والصحيح يعارض قراراً كهذا، أو مثل هذا القرار لأن اسم الإشارة لا يضاف، والمقصود هنا التشبيه بالكاف.

٣- منع المتظاهرون من لقاء رئيس البرلمان والصحيح المتظاهرون لقاء رئيس البرلمان لأن الفعل يتعدى بنفسه لا بحرف الجر.

٤- ينبغي ألا يحدث أي صدام بين البلدين الجارين والصحيح لا ينبغي أن يحدث أي صدام لأن النفي يجب أن يدخل على ينبغي.

٥- إن هذه المواقف العربية ناتجة عن التعنت الإسرائيلي والصحيح ناتجة من لأن الفعل نتج يتعدى بالحرف من.

٦- ودان مجلس الأمن الممارسات الصربية في كوسوفو وحقيقة أنه لا يلزم الفعل همزة التعدية لكن الأفضل استخدام أدان.

٧- وتضمن الدولتان الأعظم الاتفاق المذكور والصحيح الدولتان العظميان لأنه يجب مطابقة أفعل التفضيل لما قبله في التذكير أو التأنيث أو الجمع.

٨- تعاني اليمن هذه الأيام من أزمة سياسية والصحيح تعاني أزمة سياسية.

٩- كشف الروابدة أن مشروع تصحيح الاقتصاد يجري إعداده والصحيح كشف الروابدة عن أن.

١٠- أرسل الرئيس كلينتون بمندوب خاص إلى موسكو والصحيح مندوباً خاصاً لأن المراسل عاقل بعكس رسالة فيقال بعث برسالة ويجوز قرن العاقل بالباء إذا كان يرافقه أحد، ويقال تسلم رسالة وليس استلم لأن الاستلام معناه اللمس وهو مأخوذ من السلام وهي الحجارة، مفردها سلمة على وزن كلمة، ويقال استلم الحاج الحجر الأسود، أي لمسه، مع أن هناك من يقول إن استلم وتسلم بمعنى واحد، ويقول آخرون إن استلم بمعنى تناول، وعلى هذا فتسلم هو الصحيح واستلم قد يجوز.

١١- لعل الإسرائيليين ندموا على فترة حكم نتنياهو والصحيح يندمون لأن (لعل) تفيد توقع الحدوث المرجو، وبالتالي لا تستعمل مع الماضي.

١٢- الاجتماع الثاني لمدراء الشركة في الخليج العربي والصحيح لمديري الشركة لأن اسم الفاعل يجمع كجمع المذكر السالم: مدير/ مديرون، وهي ليست على وزن فعيل/ فعلاء، من شروط جمع الصفة على فعلاء أن تكون صفة لمذكر عاقل على وزن فعيل بمعنى فاعل صحيحة اللام غير مضاعفة، دالة على مدح أو ذم مثل نبيه/ نبهاء، أما مدير فهي على وزن مفعل لا على وزن فعيل.

١٣- وافق الفلسطينيون على متابعة المفاوضات بالرغم من (رغماً عن) والصحيح على الرغم من فالرغم هو الكره والذلة والقسر، فنقول سأفعل كذا على رغم منك أي على كره وإذلال، وتستخدم خطأ في مثل: ذهب على الرغم من انه مريض، والصحيح: مع انه مريض، فأنت لا ترغم المرض.

١٤- جرى الانفجار جنوبي حيفا والصحيح جنوب حيفا لأنه لا يجوز استعمال الصفة (جنوبي) مكان الموصوف (جنوب).

١٥- سينفذ الاتفاق بعد ثلاثة شهور والصحيح ثلاثة أشهر لأن من واحد إلى ٩ على وزن أفعل.

١٦- تحرى رجال المباحث عن مطلقي النار والصحيح تحرى مطلقي النار لأن تحرى الأمر توخاه وقصده، لا يتعدى بحرف الجر، وفي الحديث (تحروا ليلة القدر في العشر الأواخر)، والآية ١٤ من سورة الجن: (فمن اسلم فأولئك تحروا رشداً) أي توخوا رشداً.

١٧- عند التقدم نحو الرئيس الأفغاني أحنى الوزير الأمريكي رأسه.. والصحيح حنى رأسه لأن حنى يحني أو حنا يحنو رأسه، لأن أحنى معناها عطف وأشفق، أحنت المرأة على أولادها: عطفت عليهم.

١٨- الدكتور عاطف عبيد حائز على شهادة الدكتوراه في الاقتصاد والصحيح حائز شهادة الدكتوراه إذ لا يتعدى بحرف الجر.

١٩- تتشدد الشرطة في ملاحقة الخارجين على قانون الإقامة والصحيح الخارجين عن قانون الإقامة لأن الخروج عن الشيء يستلزم الابتعاد عنه، وحرف الجر (عن) هو للمجاوزة والابتعاد، أما خرج على القانون أو الدولة فمعناه ثار على.

٢٠- المدير الجديد متخرج من جامعة أوكسفورد والصحيح متخرج في جامعة أوكسفورد لأن تخرج معناها تعلم وتدرب ونال شهادة في... وبالتالي يقال تخرج في معهد كذا أو في جامعة كذا.

٢١- لا يخفى عن المثقفين أن الكاتب يعتبر أحد رواد السريالية والصحيح لا يخفى على المثقفين لأن الآية ٥ من سورة آل عمران (إن الله لا يخفى عليه شيء) والآية ١٦ من سورة المؤمن (لا يخفى على الله منهم شيء).

٢٢- استأذن المحامي من القاضي للمرافعة والصحيح استأذن المحامي القاضي في المرافعة أو للمرافعة لأن الآية ٨٦ من سورة التوبة تقول (وإذا أنزلت سورة أن آمنوا بالله وجاهدوا مع رسوله استأذنك أولو الطول منهم)، أما استأذن على فلان فمعناه طلب الإذن في الدخول عليه.

٢٣- كان وزير الخارجية الروسي قد وصل إلى دمشق أول أمس والصحيح أول من أمس لأن أول أمس معناها في بداية يوم أمس.

٢٤- باشر الوزير الجديد بالعمل أمس السبت (أو في العمل) والصحيح باشر العمل لأنه لا يتعدى بحرف الجر.

٢٥- لا ينبغي على المواطنين التستر على العمال الأجانب المنتهية إقاماتهم والصحيح للمواطنين لأن الآية ٤٠ من سورة يس: (ولا الشمس ينبغي لها أن تدرك القمر)، وجاء الفعل ينبغي في القرآن الكريم ست مرات متلواً بحرف الجر (اللام) وكان مسبوقاً بأدوات نفي.

٢٦- أعرب شرودر عن أمله بإنهاء احتلال العراق والصحيح في إنهاء الاحتلال لأن الفعل يتعدى بحرف الجر (في).

٢٧- إن الإدمان على تعاطي المخدرات آفة اجتماعية خطيرة والصحيح إن إدمان تعاطي المخدرات لأن لسان العرب يقول: أدمن الشراب، والحديث: (مدمن الخمر كعابد الوثن).

٢٨- اندهش الوفد الفلسطيني من مقترحات الإسرائيليين والصحيح دهش لأنه لم يرو عن العرب أنهم استعملوا الفعل المطاوع (اندهش) ولم يرد ذكر له في المعاجم.

٢٩- داهم أمس رجال شرطة لندن والصحيح دهم لأن وزن فاعل يفيد المشاركة، وهنا لا مشاركة في الفعل.

٣٠- تداول المجتمعون في قضية الأسرى الكويتيين والصحيح تداول المجتمعون قضية لأن تداولوا الأمر أي أخذه هذا مرة وذاك أخرى، والآية ١٤٠ من سورة آل عمران: (وتلك الأيام نداولها بين الناس).

٣١- زارت الملكة رانية الأماكن التي كانت تتردد عليها في القاهرة والصحيح تتردد إليها لأن تردد إلى المكان: جاءه المرة بعد الأخرى.

٣٢- سفير بريطانيا في السعودية والصحيح سفير بريطانيا لدى السعودية وسفير بريطانيا في الرياض (العاصمة).

٣٣- كان الملك عبد الله قد تزوج من الملكة رانيا والصحيح تزوج الملكة، أو تزوج بالملكة رانيا لأن الآية ٢٠ من سورة الطور تقول: (وزوجناهم بحور عين).

٣٤- استناداً على ذلك قرر المجلس والصحيح استناداً إلى ذلك.

٣٥- واستقبل الرئيس بوش الرئيس مبارك وتوجها سوياً والصحيح وتوجها معاً لأن السوية هي الإنصاف أو التساوي.

٣٦- أصغى المراقبون جيداً لخطاب الرئيس الأسد والصحيح أصغى المراقبون جيداً إلى خطاب لأن أصغى إليه أي مال بسمعه نحوه، والآية ١١٣ من سورة الأنعام تقول: (ولتصغى إليه أفئدة الذين لا يؤمنون بالآخرة) أي ولتميل.

٣٧- لم يكن قرار الاتحاد الأوروبي لصالح الفلسطينيين والصحيح لمصلحة الفلسطينيين فالصالح هو ضد الفاسد.

٣٨- يطلق الأمريكيون قريباً قمراً اصطناعياً نحو المريخ والصحيح صناعياً لأن اصطنع الرزق: قدمه، واصطنعه: اختاره، واصطنع الرجل: دعا إخوانه، اصطنع فلان خاتماً: طلب من رجل أن يصنعه له، ومعنى الاختيار جاء في الآية ٤١ من سورة طه: (واصطنعتك لنفسي).

٣٩- اضطر الوزير التركي لمغادرة ألمانيا عائداً إلى بلاده والصحيح إلى مغادرة ألمانيا لأن الآية ١١٩ من سورة الأنعام: (وقد فصل لكم ما حرم عليكم إلا ما اضطررتم إليه).

٤٠- لم يبق من تلك القلعة الأثرية سوى عامود واحد قائم والصحيح سوى عمود.

٤١- أفاض الباحث القول في هذا الموضوع والصحيح أفاض في القول لأن أفاض في القول: اندفع وخاض وأكثر، وفي الآية ٦١ من سورة يونس: (إذ تفيضون فيه) أي تخوضون فيه.

٤٢- كان تصريح المسؤول قاصراً على قضية العراق والصحيح مقصوراً على قضية أي لم يتجاوز هذه القضية، قصره على كذا: حبسه عليه، لم يجاوز به إلى غيره، والقاصر: العاجز والفقير.

٤٣- كل ما زادت المستوطنات كل ما تعقدت المفاوضات والصحيح كل ما زادت المستوطنات تعقدت المفاوضات لأن كل ما لا تتكرر.

٤٤- كان عرفات قد التقى بالرئيس المصري في الإسكندرية والصحيح التقى الرئيس المصري إذ يتعدى الفعل التقى بنفسه، وكذلك لقي ولاقى.

٤٥- تطرق البحث إلى قضية هامة تشغل بال المواطنين والصحيح مهمة لأن هناك فعل هم مثل همه الأمر يهمه: أقلقه وحزنه فهو هام، وهناك هام على وجهه، أهم الأمر فلاناً: أقلقه وحزنه فهو مهم.

٤٦- تقول المصادر المطلعة إن الرئيس الأسد سيطرح والصحيح مصادر مطلعة لأنه طالما أنها نكرة فلا تدخل عليها "أل" التعريف.

٤٧- لا بد وأن تمتثل إسرائيل لقرارات الأمم المتحدة والصحيح لا بد من أن تمتثل لأن الواو زائدة لا معنى لها، ومن لازمة للا بد.

٤٨- لا يجب أن يتستر المواطنون على العمالة الأجنبية والصحيح يجب أن لا أو ألا لأن نفي الوجوب يعني الجواز.

٤٩- بعد التصويت حصل المشروع على أغلبية الأصوات والصحيح غالبية الأصوات لأن العدد الغالب وليس الأغلب.

٥٠- دارت المناقشات حول الوضع في جنوب السودان والصحيح عن الوضع في جنوب السودان لأن حول تعني الدوران خارج الشيء بدون الدخول في الموضوع.

٥١- عقد الاجتماع في مبنى رئاسة الوزارة والصحيح مبنى رئاسة الوزراء أو رئاسة الحكومة لأن لا رئيس لوزارة بل لوزراء أو لحكومة ولذلك يقال تشكيل الحكومة الجديدة وليس تشكيل الوزارة الجديدة.

٥٢- بلغت درجة الحرارة ثمان وثلاثين درجة والصحيح ثمانياً أو ثماني وثلاثين درجة.

٥٣- الدكتور عبد الرحمن هو أخصائي في أمراض العيون والصحيح اختصاصي في أمراض العيون لأن الطبيب يختص فهو اختصاصي.

٥٤- وطوال الطريق رفعت يافطات الترحيب بالرئيس والصحيح لافتات الترحيب لأن اليافطة لفظة دخيلة.

٥٥- قال الرئيس علي صالح للرئيس الروسي: لقد سعدنا برؤياك في صنعاء والصحيح سعدنا برؤيتك لأن الرؤيا للمنام.. والرؤية لليقظة.

٥٦- طالب المجلس النيابي الحكومة بالالتزام بالدستور والصحيح التزام الدستور.

٥٧- وزار الرئيس مدينة الإسكندرية ليوم واحد والصحيح هو يوماً واحدا لأنه لا معنى لحرف الجر مع ظرف الزمان.

٥٨- إن الصراع بين العرب وبين الإسرائيليين صراع تاريخي وطويل والصحيح بين العرب والإسرائيليين لأنه لا يجوز تكرار (بين) إلا مع الضمير، مثل: الذي فصل بيني وبينك، وأجازوا تكرار الظرف إذا كان هناك فاصل طويل بين الظرفين، مثل: شب نزاع بين مندوب الولايات المتحدة لدى منظمة العفو الدولية وبين مندوب الصين، لكن هذا التكرار غير ضروري.

٥٩- وضعت الكتب فوق بعضها والصحيح بعضها فوق بعض، أو بعض الكتب فوق بعض لأنه ليست الكتب ككل هي التي وضعت فوق بعضها.

٦٠- كلفني الوزير بحضور هذا المؤتمر وبمهمة البحث والصحيح حضور المؤتمر ومهمة البحث.

٦١- الكتاب المذكور متواجد في المكتبات منذ بداية الشهر والصحيح موجود لأن التواجد من الوجد لا من الوجود.

٦٢- جاء ذلك في الكتاب الآنف الذكر والصحيح المذكور آنفاً.

٦٣- يجلس على يمين فلان والصحيح يجلس إلى يمين فلان.

٦٤- مدير عام وزارة والصواب المدير العام لوزارة لأن الموصوف (وزارة) لا يضاف إلى الصفة (مدير عام) والاستثناءات لها تفسير خاص.

٦٥- كلا الأخوين صالحان والصحيح كلا الأخوين صالح (الخبر المفرد أفصح)، وأيضاً من الأخطاء الشائعة أن كلا وكلتا دائماً مرفوعتان فهما إذا وردتا مضافتين تجران وتنصبان فيقال: رأيت الفتاتين كلتيهما ومررت بالفتاتين كلتيهما، لكن يقال: في كلا الموضوعين وفي كلتا المناسبتين.. ويقاس على ذلك.

٦٦- زعم تكون بمعان كثيرة، فهي بمعنى اليقين كما في قول أبي طالب للرسول: "ودعوتني وزعمت أنك ناصح..."، وتكون بمعنى الاعتقاد كما في القرآن الكريم: "زعم الذين كفروا.."، وتكون بمعنى الشك في ما يرجح كذبه "زعم متحدث إسرائيلي.." واستعمالها العصري هو الأخير غير أن القرينة وحدها هي التي تحدد المعنى المقصود.

يقال ولا يقال:

أخطاء لغوية شائعة الاستخدام يجب ألا تقال ومنها:

- يقال لافت للنظر لا ملفت للنظر.
- يقال الرسالة مصوغة بصيغة محكمة لا مصاغة.
- يقال القصر مشيد لا مشاد.
- يقال قائد مهيب لا مهاب.
- يقال السيارة مبيعة لا مباعة.
- يقال تعد هذه الزيارة دليلاً على لا تعتبر.
- يقال ما رأيت مثل هذا قط لا مثل هذا أبداً لأن أبداً حرف توكيد لزمن المستقبل فلا تستعمل مع الفعل الماضي.
- يقال وصل إلى بيروت لا وصل بيروت لأنه يتعدى بإلى.
- يقال لا يكاد يمشي وليس يكاد لا يمشي.. لا، تأتي قبل كاد أو يكاد.
- يقال مدة من الزمن لا برهة من الزمن (إذا قصد بها فترة قصيرة) لأن البرهة تستعمل للفترة الطويلة.
- يقال ذو كفاية لا ذو كفاءة.
- يقال عين فلان بدلاً عن لا بدلاً من.
- يقال أخذ في الاعتبار لا في عين الاعتبار.
- يقال بعد مقابلته الرئيس وليس للرئيس لأن اللام زائدة.
- يقال عند استعماله الهاتف وليس للهاتف لأن اللام زائدة.

- يقال حازت الرواية إعجاب لا على إعجاب.
- يقال تحققت الصحيفة الخبر لا تحققت من الخبر من زائدة.
- يقال حاول تأكد الخبر لا التأكد من الخبر من زائدة.
- يقال خول فلاناً الأمر لا خول الأمر إلى فلان الآية ٨ من سورة الزمر: "ثم إذا خوله نعمة منه نسي ما كان يدعو إليه من قبل".
- يقال ضحك الجميع منه لا الجميع عليه الآية ١١٠ من سورة المؤمنون: "كنتم منه تضحكون"، وورد حرف الجر (من) بعد مضارع ضحك أربع مرات أخرى في القرآن الكريم، وبعض المعاجم ذكرت ضحك به.
- يقال اعتاد ذلك أو تعود ذلك لا اعتاد على ذلك أو تعود على ذلك على زائدة.
- يقال رزق فلان ولداً لا رزق فلان بولد الباء زائدة.
- يقال تبارى أرسنال وتشيلسي لا تبارى أرسنال مع تشيلسي.
- يقال يحار المرء في تحليل هذه القضية أو يتحير في الشيء وليس يحتار المرء.
- يقال انتظم أو انضم في الجيش وليس دخل أو انخرط في الجيش لأن انخرط في الأمر معناه ركب رأسه جهلاً.
- ويقال ونجد في أثناء النص وليس في ثنايا النص لأن الثنايا هي الأسنان التي في مقدم الفم، ومفردها ثنية.
- يقال عمره خمسون عاماً ونيف وليس نيف وخمسون عاماً لأن النيف مع تسكين الياء أو تشديدها معناه الزيادة، والزيادة لا تأتي إلا بعد الأصل.
- يقال سوغ هذا القرار وليس برر هذا القرار (مبررات) إذ لا تذكر المعجمات العربية هذا الفعل بمعنى سوغ، ما عدا "الوسيط" الذي يقول إن: برر عمله: زكاه وهي محدثة، وبالتالي ضعيفة، وزكى ليست بمعنى سوغ، وفي المعاجم: بر حجه أي قبل، وتضعيفه: برر، ومن هنا أجازت لجنة الأصول في مجمع في القاهرة استعمال برر الشيء بمعنى جعله مقبولاً، استناداً إلى قرار المجمع في قياسية تضعيف الفعل للتكثير والمبالغة، ولكن لا مجال هنا لا للتكثير ولا للمبالغة.
- يقال سادة وليس أسياد.

- يقال حاجات وليس حاجيات.
- يقال ذهب وحده لا ذهب لوحده إذ لا تقترن باللام وهي منصوبة دوماً على الحالية.
- يقال ظل يعمل حتى مرض لا لدرجة أنه مرض.
- يقال ما أجمله لا كم هو جميل.
- يقال أطاحه انقلاب لا أطاح به انقلاب.
- يقال اعتذر إليه لا اعتذر منه.
- يقال عار من الحقيقة لا عار عن الحقيقة لأن الفعل هو عري من الثياب.
- لا يقال توفي في العقد السابع من عمره (إذا قصد به أنه توفي من الواحدة والسبعين إلى التاسعة والسبعين)، توفي في الثالثة والسبعين مثلاً، إلا إذا توفي الشخص في السبعين من عمره مثلاً فيقال توفي في العقد السابع، لأن العقد الحسابي (لغة) هو العدد الذي يكون على رأس تسعة (٩) أعداد قبله من نوع واحد أي الذي يكمل العشرة من النوع نفسه، فالعقد إذن هو١٠- ٢٠- ٣٠- و١٠٠- ٢٠٠- ٣٠٠ حتى ١٠٠٠ و١٠٠٠٠ وكل ما يتم عشرة، أما نحوياً فالعقود هي ١٠- ٢٠- ٣٠ حتى ٩٠.
- يقال التزم التقيد بالاتفاق لا تعهد لأن تعهد مكاناً معناها تردد إلى المكان يجدد العهد به- وتفقده.
- يقال قام بدور فعال أو اضطلع بدور فعال في المفاوضات لا لعب دوراً فعالاً لأن لعب مترجمة من الفرنسية والإنجليزية.
- يقال ابتسم له الحظ لا ابتسم له القدر لأن القدر لا يوصف بالابتسام، ولا يبتسم، بل هو من مشيئة الله فيقال: قدر الله كذا، قال تعالى: "إنا كل شيء خلقناه بقدر".
- يقال عاين الطبيب المريض لا فحص لأن فحص معناه بحث عن، فيجوز القول فحص الطبيب عن المرض.
- يقال رأسمال وليس رأس مال.

- يقال الموقت وليس المؤقت.
- يقال لا سلام عادلاً بدون انسحاب إسرائيلي كامل وليس لا سلام عادل.
- يقال نحن الفلسطينيين لن نشارك في هذا المؤتمر وليس نحن الفلسطينيون.
- يقال وهو يعمل بائع ملابس متجولاً وليس وهو يعمل بائع ملابس متجول.
- يقال ١٥٥ ريالاً إضافية لا ١٥٥ ريالاً إضافياً.
- يقال لا داعي وليس لا داع.
- آخر لا تنون (آخراً) لأنها ممنوعة من الصرف كون أصلها أخر على وزن أفعل، أما آخراً فتنون ومعناهما ليس واحداً.
- يقال أسلحة كيميائية وليس كيماوية أو كيمياوية.
- يقال دون ومن دون، وليس بدون، فهكذا وردت أكثر من مرة في القرآن الكريم[1].

استخدامات متباينة:

هناك خلط كبير وخلاف حاد حول استخدام (الباء) و(في) فكثيرون يستعملون (الباء) بدل (في)، فهناك من يقول "دخلت بالموضوع" مما يعني أن الشخص دخل مكاناً ما وهو يحمل موضوعاً معيناً لطرحه بينما المقصود هو أنه بدأ الخوض في الحديث عن هذا الموضوع ولذلك يجب استخدام في، فيقال "دخل في الموضوع"، والعكس صحيح فلا يقال "أهلا فيك" بل "أهلا بك"، و"فرحنا بك" وليس "فرحنا فيك".

ولضبط استعمال هذين الحرفين يجب معرفة أن (الباء) تدل على الوسيلة والاستعانة، أما (في) فتدل على الظرفية، فيقال: كتبت بقلم لأنه وسيلة الكتابة، وسافرت بالطائرة لأنها واسطة السفر، لكن لا يقال: ومقيم بالقاهرة بل نقول في القاهرة، ولا نقول أقيمت المباراة بالرياض ولكننا نقول: في الرياض.

---

(١) كتاب الأسلوب، للأستاذ عثمان العمير- رئيس تحرير صحيفة إيلاف الالكترونية.

هناك أيضاً خلط كبير في استخدامات إن وأن وبأن، وقواعد استخداماتها كالتالي:

قال إن (قال بأن إذا تضمن معنى آمن، مثل: فلان يقول بخلود الروح).

صرح بأن

ذكر أن

ذكّر بأن (ذكره الشيء وبالشيء)

أعلن أن

أضاف أن

قرر أن

علم أن وبأن

أكّد أن

كشف عن أنّ وكشف أن

اعتقد أنّ (اعتقد بأنّ إذا تضمّن معنى آمن)

أوضح أن

سمع أن (استمع له وإليه)

شعر بأن

اعتمد الشيء وعلى الشيء

تعهد الشيء لا تعهد بـ.....

اجتمع مع واجتمع و

التقى الرجلَ، لا معه ولا به ولا التقى فلان وفلان

امتنع من (أفضل) وامتنع عن

منعه من وعن ومنعه الشيء

كما يستخدم كثيرون حروف جر إضافية في غير موقعها فيقال مثلاً في داخل أو في أثناء مع أن داخل في حد ذاتها كافية للتعبير عن المطلوب، وأثناء أيضاً في حد ذاتها كافية.

من الشائع استخدام كلمة "استعد" مرادفاً كلمة "حضر" أو "جهز"، ولكن صيغة "استفعل" في اللغة العربية تفيد وقوع الفعل على صاحبه، فيقال مثلاً "استخدم زيد عمراً" أي أنه جعله خادماً عنده، ويقال: "استوزر هارون الرشيد فلاناً" أي جعله وزيراً له.

وعليه عندما يقال "استعدت فرنسا لهجوم" فالمعنى المقصود أن الهجوم سيقع عليها، أما إذا كانت فرنسا هي التي تحضر لشن هجوم، فالصواب أن يقال "تعد/ أعدت فرنسا لشن هجوم"، وبناء عليه يفضل قصر استخدام "استعد- استعدت" في حال تلقي الفعل، مثل "استعدت مصر لاستقبال كلينتون" و"يستعد الأطباء لمواجهة الكوليرا".

عطفاً على ما تقدم، كثيراً ما تستخدم كلمة "مخابرات/ المخابرات" على صيغة مفاعلات، والحقيقة أن المخابرات تعني تبادل الأخبار، ولا تفيد الاستقصاء والتحري، فالمعنى الصحيح تخدمه أكثر كلمة "استخبارات/الاستخبارات" (صيغة استفعالات [استخبر استخباراً]) التي تعني الجهة التي تجمع الأخبار لفائدتها، لكن يمكن استخدام مخابرات إذا وردت كاسم لجهاز استخبارات دولة من الدول يحمل اسم مخابرات كالمخابرات العراقية وجهاز المخابرات المصري.

درج المترجمون عن الإنجليزية على استخدام كلمة "المحادثات" عن "المباحثات" أو المناقشات أو المداولات السياسية، والحقيقة هذه ترجمة حرفية لكلمة Talks، والغالب في اللغة العربية أن الحديث هو ما يروي أو يسرد ولا يعكس تبادل الآراء السياسية، وبالتالي من الأفضل في مجال السياسة استعمال كلمات "مداولات" أو "مناقشات" أو "مباحثات".

كما يستخدم البعض كلمة "عرض" بمعنى "بحث" أي أن يقال عرض بوش ولحود أزمة الشرق الأوسط.. وهذا خطأ لأن العرض هو فعل من جانب واحد ويستخدم عندما يعرض بوش على لحود تفاصيل خطة جديدة، أما إذا كان الأمر يتعلق بمباحثات ثنائية فيمكن أن يقال بوش ولحود استعرضا أزمة الشرق الأوسط.

لا يجوز استخدام "حيث" لأي غرض غير الإشارة للمكان، فهي ظرف مكان، وعليه فمن الخطأ إيرادها للتفسير كما في اللهجة العامية كقول "عاقب المعلم التلميذ حيث أنه أعطى الجواب الخطأ"، أو بعد تاريخ كالقول "التقى زيد عمراً عام ١٩٩٥ حيث رافقه إلى السوق"، والصحيح هنا استخدام ظرف الزمان مثل "حين" أو "عندما".

ويكثر أيضاً استخدام كلمة "فيما" بمعنى بينما وهي الأصح لغوياً لأنه يمكن استخدامها في الربط بين توقيتي حدثين وقعا في وقت واحد[1].

الخصائص المميزة في تركيب الكتابة الصحفية:

يرى فيليب غايار: "أن الخاصية الأساسية للكتابة الصحافية هي سلامة اللغة": ويعدد بعض ملامح هذه السلامة: "الكتابة الإملائية الصحيحة، معرفة تطبيق قواعد الصرف والنحو، حسن اختيار المفردات، والتنقيط المناسب، وفي حديثه عن اللغة الفرنسية لا يشط عما تفترضه اللغة العربية من شروط لتكون نتيجة التعبير سليمة.

إن الكتابة الإملائية المغلوطة تؤدي، في كثير من الأحيان، إلى نقل المعنى إلى معنى آخر لا علاقة له بالأول أو مخالف له "مخطئ غير مخطئة، إطلاع غير اضطلاع، منشأة غير منشئ..."، أما معرفة قواعد اللغة وتطبيقها فلتحاشي الوقوع في سوء الفهم، فالتقديم والتأخير في استعمال المبتدأ والخبر والمفعول به واسم كان وأخواتها وخبر كان وأخواتها وإن وأخواتها وخبر إن وأخواتها، لهما أصول إذا لم تتبع حصل خلل في إيصال المعنى المراد.

أما التنقيط (المقصود به علامات الترقيم) الذي يتناول النقطة (.) والفاصلة (،) والمعترضين (-.-) والنقطتين (:) وغيرها فهو تحديد لعناصر الجملة وللعلاقة بين المفردات، وبين المفردات والمدلولات، لأنه- في الأساس- نقل تصويري لما يجول في خاطر الكاتب من تحولات ممكنة في أثناء القراءة.

---

(١) كتاب الأسلوب، للأستاذ عثمان العمير- رئيس تحرير صحيفة إيلاف الالكترونية.

أما الخاصية الثانية في الإنشاء الصحافي فهي البساطة، فالمعروف أن المرسلة الصحافية/ الإعلامية موجهة إلى جميع القراء دون استثناء: إلى العالِم والمثقف والجامعي، كما أنها موجهة إلى التاجر، وصاحب المقهى، وربة البيت، والنجار، والحداد والموظف، وأيضاً إلى الفنان والمعلم، والناقد.. إلى سائق التاكسي وبائع المرطبات والساندويتش.. فلا يجوز هنا أن تتمسك الجهة الصانعة للمرسلة بوجهة نظر استعلائية ترمي إلى رفع جميع القراء إلى مستواها اللغوي المتقدم، بل عليها، بالعكس، أن تنزل اللغة إلى المستوى اللغوي الوسط بين مختلف الاتجاهات.

يقول غايار: "إن البساطة مرغوب فيها حتى في كتابة المواضيع الموجهة إلى المثقفين فقط، فهؤلاء عندما يفتحون صفحات ما، متخصصة مثلاً، لا تكون لديهم، عادة، رغبة في بذل مجهود خاص لفهم وإدراك ما يقرأونه.."، بمعنى أنهم يريدون الفهم من أقرب الطرق وأيسرها، واللغة الصحفية السليمة البسيطة تؤدي هذا الغرض.

أما الصحافي الأمريكي فلاش فقد اكتشف بعد مجموعة من الاختبارات والإحصاءات أن فهم جمهور القراء نصاً ما مرتبط بثلاثة أمور متعلقة كلها بالبساطة:

الأمر الأول: تواتر (frequence) عدد كبير من المفردات المتداولة بكثرة في الحياة اليومية على مدار النص.

الأمر الثاني: قصر هذه المفردات.

الأمر الثالث: إيجاز الجمل.

إن التواتر يسمح بالتقاط المدلول آلياً، دون أي عناء، وقصر اللفظة يسمح بقراءتها سريعاً، وإيجاز الجملة يمنع عنها التعقيد.

وقد راقت الفكرة الأخيرة الكاتب الكبير أرنست همنغواي (والذي عمل فترة في ميدان الصحافة، في صحيفة "كانساس سيتي")... فكتب يقول:

"استعمل الجمل القصيرة، واستعمل الفقرات القصيرة".

ولتأمين هذه البساطة، لابد من تحاشي بعض أشكال البيان والبديع المزخرفة أو المعقدة، فالكناية والاستعارة المغرقة في البعد والخيال لا تصلحان إلا في النادر من الريبورتاجات أو المقالات النقدية الفنية والأدبية، أما السجع والجناس فلا مكان لهما في المرسلة الصحافية الحديثة، فقد كانا يصلحان للغة جرائد أوائل القرن العشرين وأواخر القرن التاسع عشر ولا حاجة لقراء عصر الأقمار الصناعية والصحافة الالكترونية إلى زخرفتها.

إن لغة الأدب القديم المتأثر بالأساليب البيانية والبديعية وبزخرفاتها لم تعد صالحة للصحافة، وكذلك لغة الأدب الصافي، شعراً أم نثراً، فليس على الأدباء والمتأدبين ممن يدخلون ميدان الإنشاء الصحافي إلا أن يعلقوا لغتهم التقليدية أو الاختراقية الشعرية مع قبعاتهم ومعاطفهم على المشجب قبل أن يباشروا الكتابة في مكتبهم.

والخاصية الثالثة في الإنشاء الصحافي هي الدقة والتجسيد: قد تؤدي البساطة إلى الوضوح، ولكن الدقة والتجسيد ضروريان أيضاً، لأنهما يمنعان الوقوع في مزالق الثرثرة والضياع في متاهات المفردات التي تحمل أكثر من معنى.

تكون الدقة في اختيار الكلمة المناسبة التي تعبر عن الوضع أو الحالة النفسية أو الحقيقية تعبيراً مباشراً، والتي لا تسمح بالتداخل بين معنيين أو أكثر ولا بالارتباك في اكتشاف المدلول المقصود تحديداً من الكاتب، فمثلاً: كلمة "امتعض" غير "غضب" أو "ثار" مع أن فيها جميعاً معنى ردة الفعل السلبية، والوجنة غير الخد لأن الثاني أسفل من الأول، ومقلة العين شحمة العين التي تجمع السواد والبياض بينما حدقة العين السواد في وسط البياض، والجفن غير الهدب، فالجفن غطاء المقلة من أسفل وأعلى بينما الهدب هو الشعر، والأكلة غير الوجبة إذ الأولى هي الطعام والثانية هي الطعام إنما مرة في اليوم، وخلط غير مزج، فالخلط للعناصر الجامدة والمزج للسوائل، وميّت من هو على حافة الموت، وميت من مات وانتهى.

والدقة في اختيار الفعل ومتمماته، وبخاصة حروف المعاني، رغب في الشيء أراده وتمناه، رغب إليه طلب منه، رغب عنه ابتعد عنه، وإذا اجتمع إلى الدقة

التجسيد كان الفعل أقوى، ذلك أن الدقة العلمية الصافية قد تبقى في حدود الأرقام والمعادلات الفوقية التي لا تستوعب إلا بواسطة الذهن المركز، لذلك يستحسن أن تضيف إلى الدقة وسائل التجسيد التي تجعل الموضوع أو المادة الموصوفة في نطاق الحواس، وفي نطاق ما هو متداول يومياً أمام سمع القارئ وبصره وجميع حواسه، إن خبراً يورد المعلومة التالية "مساحة البلاد في مالي هي مليون ونصف المليون من الكيلومترات المربعة" يبقى في حدود الإدراك الذهني المبهم لكونه أرقاماً ومعادلة، بينما إذا أضيفت إلى الخبر العبارة التالية "أي ما يعادل مائة مرة مساحة لبنان" أصبح في مدار الحواس وجرى استيعابه بسرعة فائقة.

والخاصية الرابعة هي الحيوية: قد يكتب المحرر خبراً أو حديثاً أو ريبورتاجاً بأسلوب مبسط وواقعي وبلغة سليمة، وعلى رغم ذلك يبقى ما كبته "بارداً" لا يثير فضول القارئ ولا رغبة في الدخول إلى أعماق الظواهر الكتابية واكتشاف التفاصيل، هذا عائد إلى أن المحرر أغفل مسألة مهمة وهي زرع الحياة في "كتابته".. إذ اكتفى بنقل الوقائع في وتيرتها الأساسية وبجفافها الطبيعي الذي تمكن أكثر من خلال لغة محددة بالقواعد الجامدة، لذا عليه، بقدرة كتابية خلاقة، أن يعمل على وضع الحدث أو الموضوع ضمن إطاره الحي الذي كان فيه، أن يحرك كل عنصر فيه، وأن يجعله وكأنه يرى بالعين ويسمع وتلتقطه جميع الحواس، يقول فيليب غايار:

"الصحافي الناجح لا يقص خبر الحدث بل يجعله مرئياً ومسموعاً".

والوسائل عديدة، منها حسن اختيار المفردات بحيث يكثر التعامل مع الأفعال الحية المعبرة لأن الفعل، بطبعه، خروج عن الجمود ووجود في الزمان والمكان، وكذلك التعامل مع المفردات القريبة من حياة الناس، المشتقة من حركة وجودهم وتعايشهم مع الآخرين، ولا بد من التصوير بواسطة اللغة، أي تقديم مجموعة من المشاهد التي تتجسد أمام عيني القارئ عن طريق ذهنه.

أما الخاصية الخامسة فهي الاصطلاحات المجازية: إن ميل لغة الصحافة إلى الإيجاز والسرعة البرقية دفع المحررين إلى استعمال بعض المفردات والعبارات

النموذجية التي تدل على مضمون معين- يتخطى ظاهر اللفظ- لمجرد التلفظ بها، مثلاً:

السوق السوداء: أي السوق التي يتعامل فيها المهربون والمواطنون خفية تهرباً من التسعير الحكومي.

يناصره الشارع: فكلمة الشارع تعني الفئات الشعبية المتحركة على نطاق واسع.

توترت العلاقات: إشارة إلى بداية خلافات دولية قد تؤدي إلى خلافات في العمق.

القوة الضاربة: إشارة إلى قوة عسكرية ذات تركيب معين تتمتع بكثافة نارية وسرعة في التحرك لا تملكها الجيوش النظامية.

ولا بد من التوقف، هنا، عند بعض الاشتقاقات الاسمية والتراكيب المستحدثة التي كرستها ظروف طارئة، فتطور الأحداث والقضايا بسرعة وبروز مشكلات جديدة لم تكن اللغة العادية مهيأة لها من قبل دَفَعا إلى ابتكار مفردات ذات دلالات جديدة، كما في لفظة "التعويم" مثلاً التي لم تكن متداولة في ميدان الصحافة إلى أن حدثت كارثة إفلاس بنك أنترا في بيروت (في خلال الستينيات) ودارت المباحثات والمشاورات حول أفضل طريقة لتفادي الكارثة المالية والاجتماعية الناتجة عن الإفلاس، فكانت كلمة "تعويم" تعني هذه الطريقة الفضلى، وهكذا بعد انتهاء قضية المصرف استعملت كلمة "تعويم" في الحديث عن الوزارات التي كان رؤساؤها يعلنون استقالاتهم ثم تضطرهم الظروف الوطنية إلى البقاء حيث هم بين تصريف الأعمال وإدارة فعلية لأمور الحكم.

الخاصية السادسة هي "الأَنْسَنَة" والنزول إلى مستوى العموم: يرى برنار فويان أن الإنشاء الإعلامي تسيره ثلاثة مبادئ أساسية هي الأَنْسَنَة (Humanization) والنزول إلى مستوى العموم (Vulgarization) والسلطة (Autorite)، إن أنسنة خبر ما أو قصة ما هي دفعهما إلى مستوى من التعميم بحيث يصبحان قادرين على الالتقاء باهتمام الجمهور كله، ويكون ذلك بإحياء الحدث أمام القارئ وكأن

القارئ هو نفسه البطل والقائم بالعمل كاملاً، كل قارئ يصبح ناظراً إلى نفسه كإنسان من خلال نفسه، وهذه الأنسنة في السرد والأخبار أشار إليها أفلاطون في كتاب "الجمهورية" حين عين نوعين من السرد: القص والمحاكاة (Imitation)، فالقص عمل عقلاني يعتمد على ربط النتائج بالأسباب والعلل، بينما المحاكاة عمل شعوري عاطفي يسعى إلى إعادة خلق الحدث في مخيلة القارئ، وقد داخلته المشاعر الإنسانية (غضب، حب، كراهية، فرح، ألم، يأس، عذاب، ولع وغيرة...)، إنه إحياء إنساني له بكل ما فيه من طبعية وواقعية، وإذا كان أفلاطون قد فضل القص على المحاكاة لأن القص يتوجه إلى العقول النيرة، وإلى الأذهان المرتفعة المراتب، فإن الصحافة التي تتعامل مع الناس العاديين- وهم متوسط النسبة الفكرية في القراء- تعتمد أكثر على المحاكاة.

إذن الانسَنَةُ: في الخبر والريبورتاج وغيرهما من المواد الإعلامية عموماً، هي تطعيم المادة الصحافية بأحاسيس الإنسان ومتاعبه وهمومه وردّات فعله الطبيعية وهواجسه وأحلامه ونزواته، حتى يشعر القارئ، أي قارئ، أن بينه وبين الموضوع علاقة مباشرة.

أما النزول إلى مستوى العموم فهو أن يصبح ما يكتب، كل ما يكتب، مفهوماً عند القراء، جميع القراء، المتخصص، والعالم، وذو الثقافة العالية أو المتوسطة يفهمونه تماماً كما يفهمه صاحب المتجر والموظف البسيط والعامل.

إن بعض المواضيع هو من الدقة والتعقيد بحيث لا تجوز المغامرة بعرض حيثياتها كما هي مخافة ألا تفهم على حقيقتها أو أن تفهم مجتزأة على نحو غير صحيح، لذلك لا بد من إيجاد وسيلة توصلها إلى جميع القراء سليمة وواضحة، وهذه الوسيلة هي النزول بالموضوع- في كل جوانبه الأساسية والدقيقة- إلى حقل الموازنات والمشابهات والصور القريبة من متناول الناس بحيث يستوعبها القارئ بحواسه وعقله دون كبير مشقة، العالم في أبحاثه المنشورة يصر على استعمال التعبير حامض الاستيلّيسليك (Acide acétylsalicylique)، بينما الصحافي يقرب الموضوع من القارئ فيشير إلى هذا العنصر الكيمائي بقوله (الأسبرين)،

وينـصح الطبيـب مريـضه باسـتعمال حـامض الأسـكوربيك، ولكنـه إذا أراد، كالصحافي، تقريب الأمر من مريضه، نصحه بتناول بعض الجرعات من عصير الحامض الطبيعي.

أما السلطة فهي عنصر متمم للعنصرين السابقين، فالصحيفة التي تلتزم بمبدأ التنازل للقراء وصولاً إلى اجتذابهم وتداول المواد الإعلامية دون كبير عناء، لا يمكنها أن تغفل حقها في فرض بعض المواقف الإنشائية والأسلوبية والموضوعية الضرورية حتى ولو أدى ذلك إلى تنفير بعض القراء وامتعاضهم، فهناك بعض المواضيع التي لا يجوز في أي حال من الأحوال تحوير بعض تعقيداتها وأسمائها ومضامينها ولا تبسيطها، فلا مناص من ذكر الأشياء والقضايا والأسماء كما هي، محتفظة بهالتها العلمية العالية وبشيء من إبهامها، إن في ذلك أخذاً بيد القارئ للارتفاع، رويداً رويدا، باتجاه القراءة الصعبة، ولكن الضرورية.

ويحضرنا عن خصائص الإنشاء الصحفي، ما ذكره روبرت ماكجيفرت عن خلاصة ما يجب تطبيقه عملياً من نصائح في الكتابة الصحفية، قال: "على المحرر، إذا أراد أن يتأكد من سلامة ما قدمه للنشر في الصحيفة، أن يطرح على نفسه الأسئلة التالية:

١) هل أن ما سرده سليم لغوياً؟

٢) هل تطبّق فيه شروط الإنشاء المعروفة؟

٣) هل هو مركز؟

٤) هل هو دقيق؟

٥) هل هو كامل؟

٦) هل توج بمقدمة مناسبة؟

٧) هل أن كل شيء منظم تنظيماً حسناً؟

٨) هل هو مُنصف؟

٩) هل هو موضوعي؟

١٠) هل قدم في شكل لائق؟

١١) هل هو واضح؟

١٢) هل هو مختصر أو موجز؟

١٣) هل هو سليم إملائياً؟

١٤) هل هو متأكد تماماً من سلامة جميع الأسماء؟

١٥) هل راجع كل التواريخ والأرقام؟

١٦) هل صحح ما كان عليه أن يصححه؟

إن هذه الأسئلة تختصر، عملياً ما قد يدور في ذهن المحرر من تخوف وقلق، والجواب عنها يزيل الخوف والقلق.

المصادر والمراجع

أ- المراجع العربية:

١- القرآن الكريم.

٢- أديب خضور (١٩٩٠): الحديث الصحفي، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق.

٣- فيصل عبد الأمير (٢٠٠٤): الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، جامعة بغداد.

٤- إبراهيم عبدالله المسلمي (١٩٩٩): "مدخل إلى الراديو والتليفزيون"، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.

٥- إبراهيم وهبي (١٩٨٠): الخبر الإذاعي، "دار الفكر العربي"، القاهرة، الطبعة الأولى.

٦- صادق، عباس مصطفى (٢٠٠٣): صحافة الانترنت وقواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة- أبو ظبي.

٧- بوتر، دافيد: ماذا يعملون: مخبرو الصحف، ترجمة محمد مصطفى غنيم، دار الفكر العربي، القاهرة.

٨- إجلال خليفة (١٩٧٣): اتجاهات حديثة في التحرير الصحفي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

٩- فتحي خليل، العنوان الصحفي، اتحاد الصحفيين العرب، بيروت، د.ت.

١٠- فخري كريم (١٩٧٧): الصحفي: دراسة في أشكال الكتابة الصحفية، مطبعة الأديب، بغداد.

١١- إجلال خليفة (١٩٨٠): علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية في وسائل الاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

١٢- كرم شلبي (١٩٨٥): الخبر الإذاعي: فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون، دار الشروق، جدة.
١٣- محمود أدهم (١٩٨٠): التحقيق الصحفي، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة.
١٤- مجمود أدهم (١٩٨٢): دراسات في التحرير الإخباري، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة.
١٥- محمود أدهم (١٩٨٢): المدخل إلى فن الحديث الصحفي، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة.
١٦- مينتشر ميلفن (١٩٩٣): تحرير الأخبار في الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، ترجمة أديب خضور، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق.
١٧- يوسف مرزوق (١٩٨٨): فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار المعارف الجامعية، القاهرة.
١٨- إحسان عسكر: الخبر ومصادره، عالم الكتب، القاهرة.
١٩- جلال الدين الحمامصي (١٩٦٥): من الخبر إلى الموضوع الصحفي، القاهرة.
٢٠- زبير سيف الإسلام (١٩٨٦): فن الكتابة الصحفية عند العرب في القرن التاسع عشر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر.
٢١- سعد التائه (١٩٨١): التحقيق الصحفي، دار النور للطباعة والنشر، بيروت.
٢٢- سعد لبيب (١٩٧٣): دراسات في الفنون الإذاعية، مطبعة الأديب، بغداد.
٢٣- عبد العزيز شرف (١٩٨١): فن المقال الصحفي، دار المعارف، القاهرة.
٢٤- عبد العزيز شرف (١٩٨٠): فن التحرير الإعلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
٢٥- عبد العزيز شرف (١٩٨٠): اللغة الإعلامية: علم الإعلام اللغوي، المركز الثقافي الجامعي، القاهرة.

٢٦- عبد اللطيف حمزة: أدب المقالة الصحفية في مصر: ج ٥: مصطفى كامل في صحيفة اللواء، لجنة الجامعيين لنشر العلم، القاهرة، د.ت.
٢٧- فاروق أبو زيد (١٩٨١): فن الخبر الصحفي- دراسة مقارنة، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة.
٢٨- فاروق أبو زيد (١٩٨١): فن الكتابة الصحفية، دار المأمون للطباعة والنشر، القاهرة.
٢٩- كرم شلبي، الخبر الإذاعي (١٩٨٥): فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون، دار الشروق، جدة.
٣٠- محمد حسن عبد العزيز (١٩٧٨): لغة الصحافة المعاصرة، دار المعارف، القاهرة.
٣١- محمد خير الدرع، معلم الصحافة والإنشاء، المكتبة الأموية، دمشق، د. ت.
٣٢- محمد سليم الجندي، إصلاح الفاسد من لغة الجرائد، دمشق، د.ت.
٣٣- محمد فريد محمود عزت (١٩٨٤): دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
٣٤- نصر الدين لعياضي (١٩٩٤): مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر.
٣٥- هنبرغ، جون (١٩٨٢): الصحفي المحترف، ترجمة ميشيل تكلا، مؤسسة سجل العرب، القاهرة.
٣٦- اتجاهات الإعلام الغربي (١٩٩٥): دراسة في الإعلام الانكلو أمريكي بغداد، دار الحرية.
٣٧- إبراهيم إمام (١٩٧٢): دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
٣٨- د. عبد الستار جواد (٢٠٠٢): فن كتابة الأخبار، عمان.
٣٩- دليل الصحفي في العالم الثالث- ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٨٨.

٤٠- قيس الياسري (١٩٨٧): الخبر الصحفي- دراسة نظرية وتطبيقات، بغداد، دار الحكمة للنشر والتوزيع.

٤١- تيسير أبو عرجه (١٩٩٩): الصحافة المعاصرة، الإمارات المتحدة، دار الكتب الجامعي.

٤٢- حواس محمود (٢٠٠٣): التكنولوجيا والعولمة الثقافية، المنارة، بيروت.

٤٣- عاطف عدلي العبد (٢٠٠٦): التوثيق الإعلامي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط١، القاهرة: مكتبة فيروز المعادي.

٤٤- فيليب غايار: تقنية الصحافة، ترجمة فادي الحسيني، ط١، تاريخ النشر: ١٩٧٣م.

ب- المراجع الأجنبية:

1- Richard Aspinall: Radio Programmes Production, UNESCO, Paris, 1977.

2- Charles R, Wright : Mass Communication, New York, Random House, 1961.

3- Rogers E.M: Communication and Development, Sage Publication, London, 1976.

4- Donald J. Bogue: The Effectiveness of Radio Programmes, In Terry D. peigh, Et. Al. The use of Radio in Social Development, Media Monoghraphs, No. 5, The University of Chicago, 1997.

5- Lawrence Kincaid, Hee Uun, Sung, and piotrwo, Phils (1993).Turkeys Mass Media Family Planning Campaign ،In Backer, Thomas E. Rogers, Everett M. (eds)"Organizational Aspect of Health Communication Compaigns: What Works London.

6- William A. Rough: The Arab press, News Media and Political Process in the Arab world, Croom Helm, London, 1979.

7- Boynton, R. S .(2000), NEW MEDIA may be old media s Savior, Columbia Journalism Review. p.32

8- Brody, Douglas A. (1999) Broadcasting in the Arab World; Asurvery of the electronic media in the middle East.. Lowa State University Press

9- Castells, M. (2001) The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society.Oxford University Press .p 193

10- Eveland Jr., W. and Marton, K and Seo, M. (2004) Moving Beyond Ǒust the FactǑ The Influence of Online News on the Content and Structure of Public Affairs Knowledge. Communication Research,, 31(1):82-108.

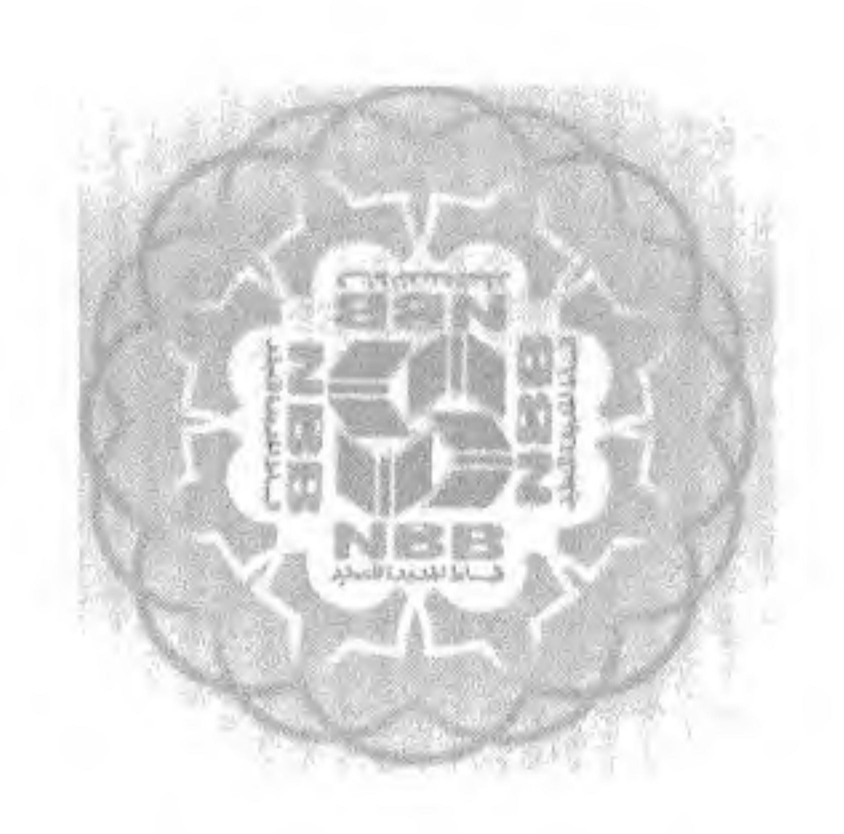
11- Gillmor, Dan (2004) We the media. Grassroots Journalism by the people, for the people, O Reilly Media. U.S.A.

12- Lister, M. Dovey, J. Giddings, S. Grant, I. and Kelly, K. (2003) New Media: A Critical Introduction. Routledge

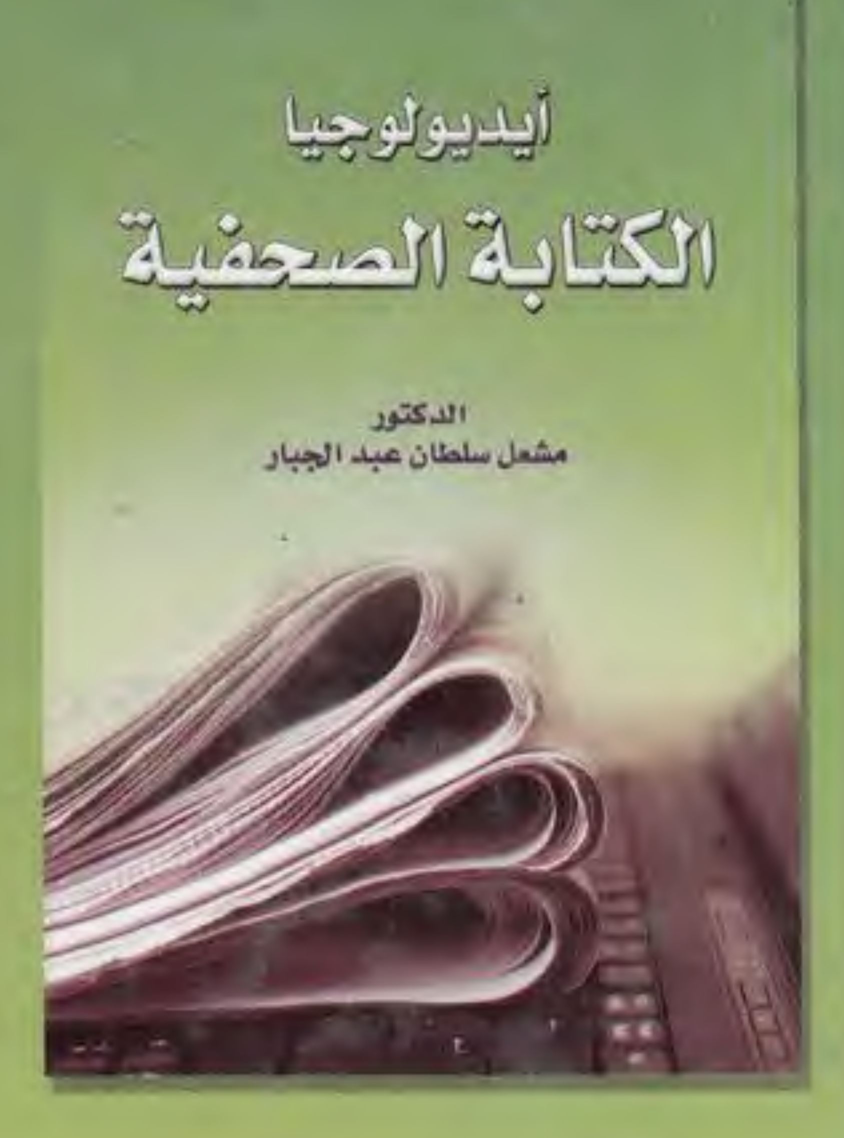
13- Ownership in Hafez, K.(ed.) Mass Media, Politics, and Society in the Middle East .Hampton Press Inc. P138

14- Pavlik, John V. (1997) The Future of Online Journalism Aguide to whos doing what

15- Shedden, David (2005) New Media Timeline (1969-2004). Poynter Institute.











الأردن - عمان
هاتف: 00962 6 5658253 / 00962 6 5658252
فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781
البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo
الموقع الإلكتروني: www.darosama.net